

Technická univerzita v Liberci
Ekonomická fakulta

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Podniková ekonomika

Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Pasekách nad Jizerou
The conception of a tourism development in Paseky nad Jizerou

DP-EF-KMG-2010-54

ANETA ŠABLATUROVÁ

Vedoucí práce: Ing. Iveta Honzáková, katedra marketingu

Konzultant: Hana Růžičková, starostka obce Paseky nad Jizerou

Počet stran: 85

Počet příloh: 5

Datum odevzdání: 7.5.2010

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladu, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci dne 7. 5. 2010

Poděkování

Chtěla bych touto cestou poděkovat všem, kteří byli nápomocni při zpracování mé diplomové práce. Především děkuji vedoucí práce Ing. Ivetě Honzákové, za podnětné rady a pomoc při zpracování diplomové práce. Dále děkuji paní starostce Haně Růžičkové, která mi vždy vyšla vstříc a poskytla potřebné informace. A v neposlední řadě všem majitelům pensionů a hotelů, kteří mi pomohli sesbírat potřebná data pro tuto diplomovou práci.

KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V PASEKÁCH NAD JIZEROU

Šablaturová Aneta DP-EF-KMG-2010-54 Vedoucí DP: Ing. Iveta Honzáková

RESUMÉ

Diplomová práce se zabývá rozvojem cestovního ruchu v obci Paseky nad Jizerou. Hlavním cílem práce je vypracovat koncepci rozvoje cestovního ruchu, která by vedla k posílení a rozvoji cestovního ruchu, protože právě cestovní ruch je hlavním finančním příjmem obce. Práce je zaměřena na charakteristiku obce a její infrastrukturu, analýzu nabídky a poptávky cestovního ruchu a zpracování informací, které jsou získané pomocí dotazníkové metody. Dále se práce zabývá návrhem několika možností, prostřednictvím kterých může dojít k posílení cestovního ruchu a ke zvýšení návštěvnosti. K diplomové práci je přiložen seznam literatury vztahující se ke zkoumanému a řešenému tématu diplomové práce. V přílohách jsou potřebné dokumenty, na které je v práci odkazováno.

THE CONCEPTION OF A TOURISM DEVELOPMENT IN PASEKY NAD JIZEROU

Šablaturová Aneta DP-EF-KMG-2010-54 Vedoucí DP: Ing. Iveta Honzáková

SUMMARY

The dissertation discusses tourism development in Paseky nad Jizerou. The main objective is to draw up a conception of tourism development, which would lead to reinforcement and expansion as the tourism is the main income of Paseky nad Jizerou. The work concentrates on characteristics of the village and its infrastructure, supply-demand analysis of the tourism and data processing gained from questionnaires. It also presents suggested concepts which could lead to enhancement of the local tourism and increase the visit rate. Enclosed is the list of literature concerning the research and investigated issues. All necessary documents which the dissertation refers to are enclosed in appendices.

OBSAH

SEZNAM ZKRATEK	9
SEZNAM TABULEK	11
SEZNAM OBRÁZKŮ	12
ÚVOD.....	13
1. CHARAKTERISTIKA OBCE	14
1.1. Přírodní podmínky	17
1.2. Urbanistická a demografická struktura.....	19
1.3. Sport, tělovýchova, rekreace	21
1.4. Infrastruktura	22
2. CESTOVNÍ RUCH	25
2.1. Základní podmínky rozvoje cestovního ruchu	27
2.2. Funkce, formy a druhy cestovního ruchu	28
2.3. Marketing cestovního ruchu	30
2.4. Propagace a distribuce nabídky cestovního ruchu.....	32
3. NABÍDKA V CESTOVNÍM RUCHU	35
3.1. Nabídka cestovního ruchu v zimním období v Pasekách nad Jizerou.....	37
3.2. Nabídka cestovního ruchu v letním období v Pasekách nad Jizerou.....	39
3.3. Nabídka ubytování, stravování, okolí.....	41
4. POPTÁVKA V CESTOVNÍM RUCHU.....	47
4.1. Charakteristika potřeb a spotřeby v cestovním ruchu	49
5. MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	51

5.1. Sběr dat	52
5.2. Rozbor a interpretace shromážděných dat.....	55
5.3. Zhodnocení výzkumu	61
6. MOŽNOSTI A NÁVRHY NA POSÍLENÍ CESTOVNÍHO RUCHU	62
6.1. Podpora cestovního ruchu v zimním období	63
6.1.1. Outdoorové aktivity	64
6.1.2. Indoorové aktivity	66
6.2. Podpora cestovního ruchu v letním období	67
6.3. Obnova a rozvoj doprovodné infrastruktury	68
6.4. Rozpočet návrhů pro posílení cestovního ruchu	70
7. MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE	73
7.1. Podpora lidských zdrojů v cestovním ruchu	76
7.2. Turistické informační centrum	78
8. ZÁVĚR.....	82
SEZNAM LITERATURY.....	83
SEZNAM PŘÍLOH	85

SEZNAM ZKRATEK

°C – Celsiův stupeň

aj. – a jiné

apod. – a podobně

atd. – a tak dál

cca – cirka

č. – číslo

ha – hektar

CHKO – chráněná krajinná oblast

km – kilometr

KRNAP – Krkonošský národní park

l – litr

m – metr

m n. m. – metrů nad mořem

min. – minimálně

mm – milimetr

např. – například

s. r. o. – společnost s ručením omezeným

sb. – sbírky

sv. – svatý

tj. – to je

tzn. – to znamená

ÚSES - Územní systém ekologické stability

WTO – World Trade Organization

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – **Klimatické poměry**

Tabulka 2 – **Demografické údaje**

Tabulka 3 – **Vyhodnocení nabídky služeb**

Tabulka 4 – **Rozpočet návrhů**

Tabulka 5 - **Rozpočet výstavby dětského lyžařského hřiště**

Tabulka 6 – **Náklady na vybavení dětského lyžařského hřiště**

Tabulka 7 – **Náklady na údržbu a provoz dětského lyžařského hřiště**

Tabulka 8 – **Ceník lyžařské školy Šablatura-Špidlen**

Tabulka 9 – **Shrnutí výpočtů**

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 – Příjem respondentů

Obr. 2 – Četnost návštěv Pasek nad Jizerou

Obr. 3 – Preferované roční období

Obr. 4 – Důvod návštěvy Pasek nad Jizerou

Obr. 5 – Hodnocení nabízených služeb

Obr. 6 – Volba média

Obr. 7 – Mapa lyžařského areálu

Obr. 8 – Znak Pasek nad Jizerou

Obr. 9 – Dětské lyžařské hřiště

Obr. 10 – Rozcestník

Obr. 11 – Orientační tabule

Obr. 12 – Odpočívadlo

ÚVOD

Diplomová práce se zabývá cestovním ruchem a jeho vlivem na regionální rozvoj turistické oblasti Západočeských vlastenců. Analyzuje poptávku a nabídku cestovního ruchu, na jejichž základě navrhuje možnost dalšího rozvoje. Důležitou součástí jsou též aktivity a projekty oblasti a hlavně rozvíjení udržitelného turismu v Krkonoších, aby byly zachovány původní hodnoty přírodního bohatství. Tato oblast je územím bohatým na atraktivitu nutné pro rozvoj cestovního ruchu a skrývá v sobě obrovský, dosud ne zcela využívaný potenciál.

Ekonomický rozvoj obce Paseky nad Jizerou je založen na cestovním ruchu, který je jedním z nejúčinnějších prostředků k trvalému zlepšení podmínek obyvatel a důležitým rozvojovým impulsem místní ekonomiky. V diplomové práci je zpracována koncepce, která by vedla k rozvoji celoročního cestovního ruchu. Podstatou je neustálý postup vpřed, co se týká rozvoje nabídky zimních a letních služeb, jejich modernizace, zatraktivnění obce a tím přilákat co nejvíce návštěvníků.

1. CHARAKTERISTIKA OBCE

Paseky nad Jizerou je typická horská obec ležící na západním okraji Krkonoš v oblasti chráněného území Krkonošského národního parku. Rozkládá se na pravé straně Jizerského dolu na rozloze 1279 ha. Větší část katastru je porostlá smrkovými lesy. Nad Jizerským dolem se tyčí Hromovka 916 m a Kapradník 910 m. Ve středu obce je skalnatý hřeben Mechovice 803 m. Nejvyšší bod je Bílá Skála 964 m a nejnižším bodem je hladina Jizery 476 m. V lukách na pokrajích lesů upoutávají pozornost mohutné hromady kamení – památníky osídlování a zúrodnování lesní půdy.

Obec byla založena patrně již v 16. století, nejstarší záznam je však až z roku 1654. Je pravděpodobné, že v této době byly v nejstarší části obce zvané Makov skelné hutě, zatímco v Havírně, kde jsou patrné zbytky dolů, se dle lidové tradice dolovalo stříbro. Les směrem do hor ustupoval, vznikaly paseky s chalupami, ve kterých se záhy objevily tkalcovské stavy. Největšího počtu obyvatel dosáhly Paseky v roce 1869, kdy ve 212 popisných číslech žilo 1710 obyvatel. Přestože Paseky jako pohraniční obec (až do Postupimské dohody v roce 1945 sousedily s Německem) byly vždy ryze české. Po skončení války došlo k velkému vylidnění. Chalupy kupovali rekreanti, louky trpěly těžkou mechanizací státních statků, mnohde zůstávaly nepokoseny a některé zcela zničeny. V roce 1976 byly Paseky připojeny k Rokytnici nad Jizerou. O tři roky později zde byla zrušena i škola.

Od roku 1990 jsou Paseky nad Jizerou opět samostatnou obcí. Mají pouze 250 stálých obyvatel, většina chalup je obydlena rekreanty. Svou polohou, přírodními krásami a zachovanou lidovou architekturou patří mezi vyhledávané rekreační oblasti, a tak je zde velká nabídka letních a hlavně zimních pobytů. V obci jsou dva lyžařské areály – jeden obecní se třemi vleky a druhý areál vlastní společnost Pizár s. r. o.. V obci je Krkonošské muzeum – Památník zapadlých vlastenců, tělocvičná jednota Sokol, sbor dobrovolných hasičů a pěvecké sdružení Svatováclavský sbor.

V Pasekách nad Jizerou jsou dva industriální prvky závod EMBA a FUKNER s. r. o.. Začátek historie závodu EMBA se váže k roku 1882, kde zde byla založena lepenkárna. Prvním výrobkem byla bílá ruční lepenka. Dále docházelo k rozšiřování výrobního programu i výrobních prostorů. Významnými mezníky se stalo zavedení výroby hnědé lepenky a hrubé těžké kartonáže. Po roce 1945 byla lepenkárna v Pasekách nad Jizerou začleněna do podniku Krkonošské papírny Hostinné, kterého byla součástí až do roku 1992. V rámci privatizace došlo k odkoupení a vznikla společnost EMBA spol. s r. o., která v současné době zaměstnává 125 zaměstnanců.

Dřevovýroba FUKNER s. r. o. má hlavní činnost prvovýrobu a přípravu pilařských polotovarů. Provozovna má cca 20 zaměstnanců.

V roce 1991 se obec přihlásila k Programu obnovy venkova, jehož cílem je zachování a obnova vlastního obrazu vesnice. Jejího organického sejetí s krajinou, specifického rázu vesnické zástavby, jeho přirozené a jedinečné působivosti v místě a v krajině, obnova kulturních památek. Na základě členství v Programu obnovy venkova byl vypracován a schválen Územní plán sídelního útvaru Paseky nad Jizerou. [6]

Obec Paseky nad Jizerou je v urbanisticky stabilizovaném prostoru mezi současnými hlavními komunikačními liniemi blízkého okolí. Ve své údolní, východní části je v kontaktu se silnicí I/14, v horní západní partii se vztahuje k silnici II/290. Paseky sousedí na severu s Harrachovem, na západě s Kořenovem a Zlatou Olešnicí. Jižně leží Sklenařice, což je část správního území Vysoké nad Jizerou a Jablonec nad Jizerou. Východně od Pasek leží obec Rokytnice nad Jizerou. Území obce Paseky nad Jizerou je o rozloze 1280ha. Území se nachází v oblasti KRNAP, jižní část v jeho ochranném pásmu a zároveň v CHKO Jizerské hory.

V obci existuje a bylo navrženo několik skupin rozvojových ploch. Jsou to Na Perlíčku, Hořensko, centrum, V koutě, při silnici, rozcestí, dolní Paseky, Na skále, Havírna, Zabyly. Bod Na Perlíčku v horních Pasekách je posilován v živnostenské poloze ve vztahu k lyžování a turistice. Jde o velmi důležité rozcestí i o vstupní plochu do horní části obce. Rovněž jde o významný turistický, cykloturistický bod na Staré cestě mezi rozhlednou Štěpánka a Sklenařicemi. Hořensko je charakteristické území, kde je umístěno nejvíce lyžařských ploch. V horní části Hořenska není navržena žádná rozvojová plocha, níže je několik nových ploch pro výstavbu rodinných domků, které doplňují či rozšiřují existující zástavbu. Tato část je rozvojově ztlumená. U horních a dolních stanic vleků jsou navrženy sportovní plochy pro obslužnou doplňující výstavbu. Centrum obce zahrnuje zejména centrální část obce a to je kostel sv. Václava, obecní úřad, muzeum Zapadlých vlastenců, pobočka České pošty aj. Území je rozvojově posíleno, při stávajících cestách je navržena zástavba a jsou zde umožněny i plochy parkovišť. Malé území V Koutě je položeno jižně od hlavního nástupního prostoru lyžařských vleků. Počítá se zde s rozvojem – výstavba rodinných domků i parkovacích ploch, protože se jedná o velmi atraktivní část obce. Atraktivita tkví právě ve velmi blízké dostupnosti lyžařského areálu a tudíž rozvoj cestovního ruchu. Část obce zvaná Při silnici je soustředěna na posílení, avšak je to v okolí staré školy, což je vymezeno jako „historicky cenné okolí staré školy“, kde se nepřipouští žádné zástavbové, rozvojové náměty. V části Rozcestí je potvrzen místní rozvojový zájem. V místě křížení významných osových linií tj. cesta Budárka a Planýrka. Sektor dolních Pasek pokrývá dolní údolní část obce, kde nabídka doplňuje stávající zástavbu v přirozených směrech. Využívají se stávající komunikace, některé plochy zde mají charakter proluk. Zbylé sektory Na skále, Havírna a Zabyly jsou bez vážných rozvojových námětů. Pouze v Havírně se v dolní části připouští funkční přechod na farmu.

Z hledisek kulturně historických jsou Paseky nad Jizerou oprávněně vnímány jako krkonošská obec s významnou tradicí folklorní, řemeslnou a ochotnickou. Současní obyvatelé na některé tradice navazují a udržují tak kulturní podtext. Velmi významné jsou také zachované prvky lidové architektury. Paseky nad Jizerou budou vždy obcí s vyjížděním za prací, s prostorově oddělenými správními centry. Nabídka ploch územního plánu se převážně týká bydlení v rodinných domech a ploch pro lyžování včetně jeho

zázemí. U přilehlé křižovatky na Staré cestě je založeno sezónní parkoviště pro lyžaře a chalupáře v části Pasek zvané Hořensko. V podstatě se jedná o vytvoření záchytného parkoviště v horní části obce a tak nemusí lyžaři vjíždět až do obce pod lyžařské vleky. Toto parkoviště může významně korigovat počet vjezdů do Pasek nad Jizerou a to celoročně. [7]

1.1. Přírodní podmínky

Z hlediska krajinářského se jedná o velmi hodnotné území s vysokou lesnatostí – celá severní část území, včetně genové základny pro horský buk – východní hranici tvoří řeka Jizera, vymezená v rámci ÚSES za biokoridor neregionálního významu. Zůstává zde převaha zemědělského a sezónního rekreačního využívání krajiny. Převážná část území spadá do KRNAP a zároveň do CHKO Jizerské hory. Tato zóna má přísnější ochranný režim než ochranné pásmo KRNAPu. Maloplošná chráněná území se zde nevyskytují, je zde registrován památný strom u bývalé školy. V rámci KRNAPu jsou evidovány botanické lokality. Na plochách vymezených pro územní systém ekologické stability a pro chráněné významně krajinné prvky se nepřipouští měnit kultury s vyšším stupněm ekologické stability na kultury s nižším stupněm ekologické stability. Na těchto pozemcích nelze provádět stavby. Je třeba hospodařit dle schváleného generelu. Na území obce není dovoleno skládkování žádných materiálů.

Z geomorfologického hlediska je zde Krkonoško jesenická soustava, Krkonošské rozsochy, Vilémovská hornatina, Železnobrodská vrchovina, Vysocká hornatina a znační rozsah nadmořských výšek. Nejvyšší kvóta je Bílá skála 964 m n. m. a nejnižší kvóta je v jižní části obce při řece Jizeře 460 m n. m.

Z hydrografické studie je zde uvedeno hlavní povodí řeka Jizera, které tvoří východní hranici. Z významných pravostranných přítoků jsou Tesařovský potok, Klokotitý potok, Havířenský potok a potok Makovský. V severní části je ještě několik nejmenovaných toků a pramenišť. Tekoucí vody spadají do pstruhového pásma.

Oblast dle klimatických poměrů je oblastí chladnou. Léto je velmi krátké až krátké, mírně chladné a vlhké. Přechodné období je velmi dlouhé s chladným jarem a mírně chladným podzimem. Zima je v Pasekách nad Jizerou velice dlouhá, mírně chladná a vlhká s dlouhým trváním sněhové pokrývky. V zimě se ve vyšších polohách často tvoří námrazy. V údolích potoků a řeky jsou inverzní polohy. Průměrná roční teplota činí 6,9 – 0,0 stupňů Celsia.[7]

Tabulka 1 – **Klimatické poměry**

Počet letních dnů	10 – 30
Počet dnů s průměrnou teplotou 10 °C	120 - 140
Počet ledových dnů	60 – 70
Počet mrazových dnů	140 – 160
Průměrná teplota v lednu	-4 až -5 °C
Průměrná teplota v červenci	14 až 15 °C
Průměrná teplota v dubnu	2 až 4 °C
Průměrná teplota v říjnu	5 až 6 °C
Průměrný počet dnů se srážkami 1 mm a více	140 – 160
Srážkový úhrn ve vegetačním období	600 – 700
Srážkový úhrn v zimním období	400 - 500
Počet dní se sněhovou pokrývkou	120 - 140
Počet dnů zamračených	150 - 160
Počet dnů jasných	40 – 50

Zdroj: Územní plán Paseky n. J. 2007

Z geologického hlediska je celé území kromě kvartérních uloženin budováno krystalinikem. Převládajícími horninami jsou proterozoické, sericitické nebo chloriticko-muskoviticko-abilitické svory a fylity, značnou část rovněž zaujímají živinami chudé kvarcity z období staršího paleozoika (ordoviku). Především v severní části zájmového území se nalézají laminované drobně okaté ruly proterozoického stáří, do nejsevernější části území pak zasahuje krkonošsko – jizerský pluton, zastoupený zde porfyrickými středně zrnitými granity až granodiority. Hlavně podél východního okraje území tvoří místy drobné vložky v ostatních horninách erlany a krystalické dolomitické vápence. Podél větších tekoucích vod tvoří překryvy ostatních hornin pleistocénní deluviální až deluviofluviální hlinité až hlinitokamenité sedimenty. Zcela ojediněle a plošně zanedbatelný je výskyt rašelin.

1.2. Urbanistická a demografická struktura

Sídelní struktura Pasek nad Jizerou zůstane v maximální míře nezměněna. Nebudou se zde zakládat nové zástavbové, prostorově oddělené zastavěné prvky v krajině. Vymezenému funkčnímu využití území a ploch musí odpovídat způsob jejich užívání a zejména účel umísťovaných a povolených staveb, včetně jejich změn a změn v jejich užívání. Stavby a jiná opatření, která funkčnímu vymezení území neodpovídají, nesmí být v tomto území umístěny nebo povoleny. Na plochách venkovské zástavby v zastavěném území nelze bez podmínek zahušťovat zástavbu dalšími stavbami a to ani stejného funkčního využití, lze připustit obnovu stavby v případě jejího zničení. Podmínkou pro přípustnost další stavby v zastavěném území je pouze stavba rodinného domu, který bude sloužit k trvalému bydlení a zpracování urbanistické studie, která prokáže, že realizací takové stavby nebude podstatně narušen charakter rozptýlené zástavby. [7]

Základní prostorotvorný faktor je historicky vzniklá struktura podhorské rozptýlené zástavby s lokálními přírodními i zástavbovými akcenty – kostel sv. Václava, Bílá skála,

údolní koridor podél Jizery. Nová obytná zástavba v Pasekách nad Jizerou se předpokládá jako nízkopodlažní, tj. maximálně jedno nadzemní podlaží s obytným podkrovím. V rozptýlené zástavbě jsou možná dvě nadzemní podlaží s obytným podkrovím pouze v centrální části obce.

V současné době je v obci provozována pouze mateřská škola o cca 10 žácích. V obci není žádná sociální péče ani zdravotní středisko. To vše je v blízkém okolí – Rokytnice nad Jizerou, Jilemnice, Semily popř. Jablonec nad Nisou či Liberec. Ke shromažďování při kulturních akcích či v církevní oblasti lze používat prostory v restauračních a ubytovacích zařízeních. Je zde kostel sv. Václava, který je využíván pro církevní i kulturní činnost. Kromě kostela je velmi významné místní muzeum Zapadlý vlastenců. V Pasekách nad Jizerou je sbor dobrovolných hasičů, tělocvičná jednota Sokol a Svatováclavský sbor. [7]

Obec měla dle sčítání lidu, domů a bytů z roku 2001 celkem 256 trvalých obyvatel. Další demografické údaje jsou uvedeny v tabulce č. 2. Dle průzkumu bylo v roce 2004 nabízeno 916 lůžek v rekreačních objektech a hostinském ubytování. Průmyslový závod EMBA zaměstnává cca 125 zaměstnanců. Z těchto čísel je uvažováno pro trvale bydlící, rekreanty a krátkodobě ubytované specifickou potřebu vody 150 l/osoba/den včetně občanské vybavenosti. Pro průmyslový závod je počítáno 120 l/osoba/den. Z dimenzačních podkladů vzniká využitím návrhových ploch rezerva pro výstavbu 30 rodinných domů tj. cca 90 obyvatel.

Tabulka 2 – Demografické údaje

Rok	Stav 1.1.	Narození	Zemřelí	Přistěhovalí	Vystěhovalí	Přírůstek přirozený	Přírůstek migrační	Přírůstek celkový	Stav 31.12.
1971	427	3	12	-	10	-9	-10	-19	408
1972	408	9	11	5	4	-2	1	-1	407
1973	407	5	7	14	12	-2	2	-	407
1974	407	6	5	9	13	1	-4	-3	404
1975	404	6	6	3	14	-	-11	-11	393
1991	292	2	9	6	3	-7	3	-4	288
1992	288	7	5	4	6	2	-2	-	288
1993	288	1	5	5	19	-4	-14	-18	270
1994	270	4	3	7	4	1	3	4	274
1995	274	1	3	8	8	-2	-	-2	272
1996	272	4	2	4	2	2	2	4	276
1997	276	1	4	1	7	-3	-6	-9	267
1998	267	2	4	5	4	-2	1	-1	266
1999	266	2	4	6	6	-2	-	-2	264
2000	264	2	3	9	6	-1	3	2	266
2001	256	1	4	13	9	-3	4	1	257
2002	257	1	2	4	5	-1	-1	-2	255
2003	255	3	1	5	9	2	-4	-2	253
2004	253	2	4	5	6	-2	-1	-3	250
2005	250	1	5	9	6	-4	3	-1	249
2006	249	5	3	-	3	2	-3	-1	248
2007	248	2	1	2	1	1	1	2	250
2008	250	5	-	3	10	5	-7	-2	248

Zdroj: Český statistický úřad - <http://czso.cz/>

1.3. Sport, tělovýchova, rekreace

Nejvýznamnější a nejvýraznější sportovní zájmová oblast v Pasekách nad Jizerou je sjezdové lyžování. Rozhodující plochy lyžařských luk jsou ve stávajícím území v Hořensku. Skutečný nárůst lyžařských ploch je navržen ve třech lokalitách:

- Zvonice – plocha je v segmentu Centrum, měla by být využívána pro lyžařské běžecké kolečko. Nepočítá se zde s žádnými technickými zařízeními

- Rejdice – vytvoření trasy, která umožní sjet na lyžích od horní stanice paseckých vleků k předpokládaným parkovištím. Trasa má charakter pouze propojovacího koridoru, nikoliv obecné lyžařské louky
- Sklenařice – západně od obce a jižně od Perlíčku je navržena sjezdová plocha. Bude obsluhována vlastním půdorysně lomeným vlekem. Tato plocha je navržena tak, aby nezasahovala do lesních ploch a botanických lokalit.

Tyto návrhy významně rozšiřují nabídku lyžařských ploch v Pasekách nad Jizerou. Jde o dlouhodobě vyslovovanou a společně akceptovanou myšlenku. V dolních Pasekách je zachováno současné hřiště a kousek od něj je navržena obecná plocha pro centrální sportovní a kulturní zařízení obce. V Havírně se zachovává současné hasičské cvičiště. Významné jsou také plochy při velkých ubytovacích zařízeních. Drobné sportovní plochy, zákoutí a malá hřiště jsou obsaženy v regulativu příslušné rozvojové plochy. [7]

1.4. Infrastruktura

Silniční síť

Základní komunikační síť tvoří v jižní části obce silnice III. třídy, která je východním směrem spojena s rekonstruovaným mostem přes řeku Jizeru. Tato silnice tvoří příjezdovou trasu k centru obce (obecní úřad, kostel, muzeum). Po této silnici je provozována i autobusová linková doprava se čtyřmi zastávkami.

Parkování vozidel návštěvníků je řešeno u objektů občanské vybavenosti, průmyslových podniků, velkých rekreačních objektů a pro zimní sezónní potřeby jsou zde záchytná parkoviště k lyžařským vlekům.

Pěší doprava

Hlavní pěší trasy spojují mezi sebou místa hlavních aktivit. V dolní části se pěší trasa kryje s cyklostezkou a značenou turistickou trasou. Chodci pro chůzi používají dopravně zklidněné komunikace a cesty společně s motorovými vozidly.

Cyklistická doprava

Územím obce procházejí dvě značené cyklistické stezky – číslo 22 a 3018. Cyklostezka č. 22 vede přes most, kolem podniku EMBA, po cestě Planýrka přes Havírnu až k mostu přes Jizeru v Harrachově Na Mýtě. Cyklistická stezka je po Planýrce vedena společně s hlavní pěší trasou a značenou turistickou stezkou.

Cyklostezka č. 3018 vede od křižovatky Budárky s Planýrkou k centru (obecní úřad, kostel, muzeum) a dále po komunikaci společně s hlavní pěší trasou a značenou turistickou stezkou k Bosně dále do Hořenska k lokalitě Na Perlíčku. U Bosny je navrženo odpočinkové místo pro cyklisty a chodce s výhledem do kraje.

Nekonvenční doprava

Do této dopravy spadají lyžařské vleky, které jsou rozmístěny v obci v části Hořensko. S ohledem na nízkou intenzitu dopravy lze předpokládat nízkou úroveň hluku v celé obci. V zimní sezóně jsou problémem odstavená vozidla návštěvníků lyžařských vleků, která vytvářejí bariéry pro ostatní uživatele komunikací a ztěžují úklid vozovek. Tento problém je řešen návrhem nových kapacitních záchytných parkovišť s případnou regulací dopravy na průjezdných trasách. [7]

Energie

Obec Paseky nad Jizerou a přilehlé území jsou napájeny elektrickou energií z rozvodny a transformovny Rokytnice nad Jizerou. Veškerý rozvod energie je proveden vrchním vedením. Stávající příkon pro napájení zástavby je plně postačující. [7]

2. CESTOVNÍ RUCH

Pokud jde o původní význam spojení cestovního ruchu, znamená to jiný výraz pro cestování. Cestovní ruch se postupně začal spojovat s využitím volného času, s poznáním a s rekreací. Začátky moderního cestovního ruchu spadají již do 17. a 18. století, kdy se vyskytují i první zmínky o průvodcích. Úkolem průvodců bylo hlavně chránit cestující před přepadením, ale také i usnadňovat cestování. V druhé polovině 19. století mluvíme o masové formě cestovního ruchu. Rozvoj a vznik cestovního ruchu je projevem dvou lidských potřeb. Potřeba rekreace, která je potřebou odpočinku, relaxace a potřeba poznávání. Cestovní ruch nevznikl pouze z touhy člověka odhalit přírodní krásy a historické památky, ale vznikl na základě určitého stupně našeho vývoje.

Vývoj novodobého cestovního ruchu bývá rozdělen do čtyř hlavních etap, které odpovídá určitému historickému i logickému hledisku. Jednotlivé etapy mají určité charakteristické znaky:

- **1. etapa – do I. světové války** – prudký rozvoj materiálně-technické základny tj. lázeňská a rekreační střediska. Vznikají nové pracovní profese. Neexistence hranice mezi domácím a zahraničním cestovním ruchem. Cestovní ruch funguje bez zásahů státu.
- **2. etapa – mezi dvěma světovými válkami** – vznikají specializované školy, mezinárodní organizace a orgány cestovního ruchu, otevírají se nová a netradiční místa cestovního ruchu. Vytvářejí se nové předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu spolu s rozvojem dopravy a dopravních prostředků. Dochází k ochranářským rozhodnutím v oblasti celní, pasové a vízové, které omezují mezinárodní vztahy.

- **3. etapa – po II. světové válce** – dochází k velmi výrazné změně v materiálně-technické základně tj. letecká a silniční doprava. Výstavba sportovišť, vznik středisek cestovního ruchu. Devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu jsou v některých zemích velmi důležitou součástí příjmů státního rozpočtu. Stát začíná zasahovat do domácího i zahraničního cestovního ruchu. Cestovní ruch byl z velké části zaměřen na zimní sezónu.
- **4. etapa – po roce 1989** – objevují se stále nové a nové formy cestovního ruchu. Velký rozmach letecké dopravy a vznik nízkonákladových společností. Cestovní ruch je celosvětovým fenoménem. V tomto období došlo k rozpadu socialistické soustavy států a k odstranění politických překážek pro cestování mezi zeměmi dvou dříve různých politických systémů.

Za počátek cestovního ruchu je většinou považována první organizovaná výprava uspořádaná Thomasem Cookem. Ten využil železnice jako dopravního prostředku. Avšak již předtím existoval cestovní ruch zámožných jedinců, jejichž výpravy směřovaly do významných evropských lázní, ke kterým jsou řazeny Karlovy Vary a Mariánské lázně. Jak je ale vidět z výše uvedeného, novodobý cestovní ruch se začal významně formovat na přelomu 20. století. Kdy postupně zasahuje do všech sociálních sfér. Není již jen výsadou majetných tříd, ale i širokých pracujících vrstev. Jelikož dochází ke změně kvantity, je nutná i změna kvality. Cestovní ruch neplní již pouze funkci zabezpečení luxusních potřeb, ale stále více začíná plnit funkce v oblasti reprodukce fyzických a psychických sil, to znamená, že se stává stále více významnou složkou životní úrovně. [14]

MALÁ, V. (1999) – definuje cestovní ruch dle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) jako „činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné

životní prostředí /mimo místo bydliště/ a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.¹

2.1. Základní podmínky rozvoje cestovního ruchu

Nejdůležitější podmínkou rozvoje cestovního ruchu je rozvoj výrobních sil, jenž podmiňuje růst, rychlost, směry růstu cestovního ruchu, ale i jeho stagnaci. Mírové podmínky života jsou další nezbytnou podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu. Bez této podmínky by nebyl možný ani rozvoj cestovního ruchu. Mimo tyto dvě nejdůležitější podmínky existuje celá řada dalších podmínek a činitelů rozvíjející cestovní ruch. Jsou rozděleny do základních skupin:

- ekonomické – tj. celková úroveň ekonomiky země, která se vyjadřuje hrubým domácím produktem, složením platební bilance. Dále sem patří dosažený stupeň materiální stránky životní úrovně, fond volného času, celková úroveň cen na trhu zboží a služeb,
- ekologické – to je zejména příznivé přírodní a celkové životní prostředí, dostatek atraktivního rekreačního prostoru, zajímavé přírodní atraktivity, příznivé klima a čisté ovzduší,
- demografické – to jsou veškeré informace, které se týkají obyvatelstva, jeho stavu a složení. Hustota obyvatelstva, věkové a rodinné složení, zdravotní stav a další jsou velmi často užívány v marketingových plánech cestovních kanceláří,

¹ Doc. Ing. MALÁ, V., CSc. *Cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999, ISBN 80-7079-443-7, str. 83

- pracovní – toto zabezpečení se týká hlavně dostatečného počtu pracovníků s odpovídající klasifikací. To záleží především na úrovni a systému všeobecného školství,
- materiálně-technické – zařízení především ubytovací a stravovací, doprava, sportovně-rekreační zařízení, dostatečná síť zařízení obchodu a služeb všech druhů, směnárny, zdravotní a bezpečnostní služby. U těchto zařízení je velmi důležitá jejich úroveň a celkové využití v průběhu celého roku,
- administrativní – z velké části se týkají zahraničního cestovního ruchu a jsou spojeny s formalitami pasovými, vízovými, celními a směnárenskými. Dále k nim patří formy zprostředkovacích a obchodních služeb cestovních kanceláří.

Všechny tyto podmínky téměř nikdy nepůsobí izolovaně, ale ve vzájemné souvislosti a v mnohých případech se podporují. Znalost těchto podmínek, které ovlivňují průběh a rozvoj cestovního ruchu patří mezi nezbytné znalosti všech pracovníků působících v cestovním ruchu a měly by být hlavně v centru pozornosti vrcholových orgánů, jenž působí v oblasti cestovního ruchu a jsou součástí marketingu. [14]

2.2. Funkce, formy a druhy cestovního ruchu

V naší společnosti plní cestovní ruch hlavně funkci ekonomickou, rekreačně-zdravotní, kulturně-poznávací, informační a výchovnou.

Formy cestovního ruchu vycházejí z jeho zaměření na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka tzn. z poptávky neboli z hlediska motivů účasti na cestovním ruchu. Druhy cestovního ruchu zohledňují převážně jevový průběh cestovního ruchu a způsob

realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a dalších podmínkách. [14]

V praxi dochází k prolínání obou těchto hledisek a není zcela jednotný názor, co je považováno za druh a co za formu cestovního ruchu. Z tohoto důvodu upustím v dalším textu od děleného členění cestovního ruchu dle forem a druhů. Blíže charakterizuji účastníka cestovního dle kritéria typu cestovního ruchu, jako vyjádření jeho jevové formy. Což ho umožní blíže popsat z hlediska jeho motivace účasti, jeho způsob realizace cestovního ruchu a účinky, které cestovní ruch pro jednotlivce a společnost přináší. Cestovní ruch lze tedy členit dle následujících kritérií:

- převažující motivace účasti na cestovním ruchu
- místo realizace
- vztah k platební bilanci státu
- délka pobytu
- způsob zabezpečení cesty a pobytu
- počet účastníků
- způsob financování
- věk účastníků
- převažující prostředí pobytu
- ostatní kritéria

2.3. Marketing cestovního ruchu

Marketing je definován různými způsoby²:

P. KOTLER (1994) – definuje marketing jako „společenský a řídicí proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí a potřebují, prostřednictvím vytváření a výměny výrobků a hodnot s druhými“

LEVITT (1986) – vymezuje marketing takto: „pochtivě a solidně pojatý marketing se snaží vytvořit hodnotné, uspokojivé zboží a služby, které zákazníci budou kupovat.“

P. DRUCKER (1969) – definuje „marketing je mnohem širší záležitostí než prodej, ale vůbec žádnou specializovanou aktivitou. Je přítomen v celém podniku. Je to celý podnik vidný z pohledu konečného výsledku, tedy z pohledu zákazníka. Zájem o marketing a odpovědnost za něj tedy musí prostupovat všemi oblastmi podniku.“

LENDREVIC a LINDON (1990) – definují marketing jako „soubor metod a prostředků, které má organizace k tomu, aby zapůsobila příznivým dojmem na veřejnost a dosáhla svých cílů.“

Nejvýše dosažitelným výsledkem uplatňování marketingového mixu v cestovním ruchu je destinační management. Destinační management představuje soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takto postaveného procesu jsou optimálně udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu (logo, informační systém, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora vzniku profesních spolků, sdružení a organizací). Součástí destinačního managementu je návštěvnický management. V této době nelze hovořit o existenci destinačního managementu na území obce Paseky nad Jizerou. Proto je třeba se nejdříve zabývat prvky marketingového mixu a to z počátku hlavně propagací obce a její nabídky.

² HORNER, S. a SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003, ISBN 978-80-247-15452

Marketingový mix v cestovním ruchu představuje soubor nástrojů, jejichž pomocí marketingový manažer utváří vlastnosti služeb nabízených zákazníkům. Jednotlivé prvky mixu může marketingový manažer namíchat v různé intenzitě i v různém pořadí. Slouží stejnému cíli, uspokojit potřeby zákazníků a přinést zisk organizaci. Původně obsahoval marketingový mix čtyři prvky. Patří mezi ně produkt, cena, distribuce a komunikace. Pro potřeby cestovního ruchu byl marketingový mix rozšířen o další 4 P, mezi které patří lidé, spolupráce, sestavování balíčků a programování. [4]

Prvky marketingového mixu v cestovním ruchu:

- Product – jedná se většinou o zájezd, má nehmotný charakter a nelze si ho předem vyzkoušet.
- Price – velmi účinný nástroj v působení na zákazníka.
- Distribution – důležitá optimalizace z hlediska efektivnosti, stability a dostupnosti.
V úvahu přicházejí následující způsoby distribuce:
 - přímo v cestovní kanceláři
 - pomocí cestovní agentury
 - pomocí sdružení cestovních kanceláří
 - transakce na dálku tzn. internet
- Promotion – nejčastěji reklama, podpora prodeje, public relations a osobní doporučení.
- People – nezastupitelná složka marketingového působení v cestovním ruchu. Jeden z největších vlivů na úspěšnost prodeje a spokojenost zákazníků.

- Partnership – produkt cestovního ruchu vzniká spoluprací a součinností mnoha lidí a organizací. Zákazníkem je však hodnocen jako celek.
- Packing – kompletace poskytovaných zájezdů a jejich programová orientace
- Programming – navazuje na packing, jde o vytvoření obsahové náplně s cílem zvýšit přitažlivost nabízeného produktu. [10]

2.4. Propagace a distribuce nabídky cestovního ruchu

Propagace patří do marketingové komunikace, jenž označuje prostředky, prostřednictvím kterých lze informovat spotřebitele, přesvědčovat je a připomínat jim ať už přímo nebo nepřímo produkty, služby a značky. Cílem je seznámit cílovou skupinu s produktem (výrobkem nebo službou) a přesvědčit ji o nákupu, zvýšit frekvenci. [10]

Obsahem marketingové komunikace je 5M:

- Mission – poslání
- Message – sdělení
- Media – použití média
- Money – peníze
- Measurement – měření výsledků

Nástroje marketingové komunikace se dělí na:

- Nadlinkové – využívající masmédiá tj. televize, rádio, internet, tisk, outdoorovou reklamu. Jedná se o tematickou komunikaci.
- Podlinkové – zahrnují takovou komunikaci, která je osvobozena od placení masmédiím za poskytnutý prostor. Její výhodou je přesné zacílení dané cílové skupiny. Je to tedy komunikace zaměřená na aktivity tj. podpora prodeje, public relations, přímý marketing, osobní prodej. Snaží se ovlivnit nákupní chování cílové skupiny.

Marketingová komunikace se dělí na osobní a masovou komunikaci. Osobní komunikace působí většinou přímo, obrací se přímo na zákazníka. Formy mohou být osobní či telefonický rozhovor, e-mail, diskuse na internetu, osobní dopisy aj. Výhoda osobní komunikace je v okamžité reakci příjemce a získání zpětné vazby. Osobní komunikace může mít několik forem:

- komunikace podpůrná – zákazníci jsou kontaktováni prodejci na cílovém trhu
- komunikace odborná – prostřednictvím cestovních a informačních kanceláří jsou zákazníkům doporučovány hotely, restaurace aj.
- komunikace sociální – pozitivní informování prostřednictvím přátel, spolupracovníků, ostatních klientů a návštěvníků.

Masová komunikace nebo také neosobní komunikace se používá při oslovování velké skupiny zákazníků prostřednictvím různých médií – TV, rozhlas, elektronická média, billboardy, světelné reklamy, plakáty, tiskoviny aj. Volba formy komunikace záleží na vybraném cílovém trhu, jeho charakteristice, na produktu a na celkové komunikační strategii.

Při tvorbě marketingové komunikace se vychází z modelu AIDA:

- Attention – upoutat pozornost
- Interest – vzbudit zájem
- Desire – vzbudit touhu
- Action – vyvolat akci

Marketingová komunikace je spojována s reklamou. Reklama je považována za nejdůležitější součást propagace. Reklama je neosobní placené forma masové komunikace. Prezentuje myšlenky, výrobky a služby. Výhodou je její využití k vytvoření dlouhodobé image a oslovení širokého spektra zákazníků. Nevýhoda je v jednosměrnosti způsobu komunikace a v poměrně vysokých nákladech. Vlastnosti reklamy jsou zpravidla pronikavost, jenž umožňuje opakovat sdělení, srovnávat produkty s konkurencí, dále zesílená působivost, která využívá rafinovanosti využitých slov, obrazu, zvuku. A poslední vlastností je neosobnost. [10]

Hlavní prostředky reklamy:

- Inzerce v tisku
- Televizní a rozhlasové spoty
- Outdoorová reklama (billboardy, vitríny, tabule, dopravní prostředky aj.)
- Reklama v kinech
- Reklama na internetu (online reklama)
- Audiovizuální snímky aj.

3. NABÍDKA V CESTOVNÍM RUCHU

Nabídka v cestovním ruchu je obecně definována jako souhrn zboží a služeb, které chtějí prodávající realizovat na trhu. Je reprezentována souhrnem všech komponentů nutných k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Předmětem nabídky jsou objekty cestovního ruchu, v konkrétní podobě představované souhrnem atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou v určitém místě a čase k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu, a které prodávající chtějí na trhu cestovního ruchu realizovat. Nabídka cestovního ruchu má dvě základní součásti:

1. Atraktivita cílových míst cestovního ruchu jsou dominantní složkou nabídky v cestovním ruchu, které vytvářejí prostředí pro cestovní ruch, určují jeho vlastnosti a determinují i schopnost toho kterého prostředí realizovat cíle cestovního ruchu a uspokojovat potřeby jeho účastníků, jakož i schopnost určitých míst v cestovním ruchu uplatnit. Atraktivita jsou:
 - přírodní, které jsou obvykle součástí širšího rekreačního prostoru a jsou nejvýznamnějšími předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Patří k nim klimatické podmínky, vodní toky a plochy, terén a jeho tvářnost, vegetační kryt a flora, fauna, přírodní léčivé zdroje, přírodní zvláštnosti, kvalita životního prostředí, atd.,
 - kulturně historické jenž se stávají stále vyhledávanějším motivem účasti na cestovním ruchu a patří k nim především architektonické památky (hrady, zámky, tvrze, hradiště, církevní stavby, archeologické naleziště, pohřebiště, lidová architektura a díla současné architektury), kulturní zařízení, kam patří galerie, muzea, obrazárny, archivy, dále významná kulturní a historická místa spojená s dějinami, technické památky (rozhledny, mosty, zpřístupněné doly) a lidové umění,
 - organizované atraktivita ve formách filmových, hudebních a divadelních festivalů, folklórní slavnosti, veletrhy a výstavy, sportovní akce, přehlídky, soutěže a další,

- sociální, mezi které patří způsob života lidí, tradice, zvyky, gastronomie aj.

Výše zmíněné atraktivitu tvoří základní složku nabídky cestovního ruchu a jsou označovány jako primární nabídka. Tato primární nabídka má dvě odlišné části – nabídku přírodních a kulturně historických atraktivit a nabídku organizovaných atraktivit, které mají vyšší míru přizpůsobivosti poptávce a to jak co do rozsahu, tak i časového a místního rozložení. Toho se využívá pro rovnoměrnější rozložení návštěvnosti do průběhu celého roku, i pro rovnoměrnější prostorové rozložení nabídky.

2. Vybavenost míst zařízeními cestovního ruchu tj. dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně rekreační a další. Vybavenost je nazývána sekundární nabídkou, která zahrnuje všechny služby, které musí být k dispozici pro použití v cestovním ruchu. Této části nabídky se také říká dynamická, protože má vyšší míru pružnosti vůči poptávce, které se může určitým způsobem přizpůsobovat.

Sekundární nabídka je odvozená od primární a musí odpovídat charakteru atraktivit, jež se v daném místě nacházejí tj. v objemu kapacit, struktuře kapacit, v lokalizaci, typu staveb apod.

Obě části nabídky se integrují v cílových místech cestovního ruchu, ve kterých se pak odehrává i konkrétní vztah mezi nabídkou a poptávkou. Velmi důležitou částí nabídky cílového místa cestovního ruchu je i jeho dostupnost, ale také i image místa cestovního ruchu, pověst, která by dokázala úspěšně oslovit potenciálního účastníka cestovního ruchu svou jedinečností a odlišností od konkurence. [12]

Nabídka v cestovním ruchu má svá specifika:

- různorodost a mnohostrannost, která se týká charakteru a nabídky rekreačního prostoru a atraktivit. Patří sem také vybavenost míst zařízeními, charakter a struktura služeb,
- produkt cestovního ruchu obsahuje vše, co účastníci cestovního ruchu potřebují, co kupují a co se pro ně produkuje. Produkt je komplexem jednotlivých služeb, u kterých je požadována vzájemná propojenost,
- nabídka v cestovním ruchu má vysokou míru komplexnosti. Služby se mohou doplňovat, ale i substituovat,
- velmi důležitá je vzájemná spolupráce a propojenost jednotlivých subjektů,
- nabídka se vyznačuje relativně malou pružností, která vyplývá z místní a kapacitní vázanosti kulturně historického potenciálu míst cestovního ruchu,
- řada segmentů nabídky má sezónní charakter a je velmi závislá na klimatických podmínkách,
- nabídka je velmi silně podmíněna lidským faktorem. [12]

3.1. Nabídka cestovního ruchu v zimním období v Pasekách nad Jizerou

Oblast Pasek nad Jizerou je vhodná zejména pro aktivně strávenou dovolenou, což by mělo být nosným tématem turistických produktů a programů jak pro zimní, tak i letní období.

Nabídka cestovního ruchu v zimním období na území Pasek je orientována na zimní sporty, zejména sjezdové a popřípadě běžecké lyžování. Příznivé podmínky jsou vytvořeny především pro rodiny s dětmi, školní výcvikové kurzy aj.

V lyžařském areálu je dohromady pět lyžařských vleků. Obtížnost sjezdovek patří mezi jednodušší, a jak již bylo řečeno výše, jsou vhodné pro rodiny s dětmi. Přímo v areálu u dětského vleku a u parkoviště se nacházejí půjčovny lyžařského vybavení, servis a lyžařské školy. Občerstvení je zajištěno bufety s možností sezení venku či uvnitř. Tratě pro běžecké lyžování začínají na výstupní stanici lyžařských vleků a jsou velmi kvalitně upravovány pro oba běžecké styly. Podél tratí a na rozcestích jsou umístěny mapy. Po těchto tratích je zakázáno chodit bez lyží z důvodu poničení stopy. Proto pěší turistika je orientována v dolní části Pasek s možností výletu do vedlejších obcí. Po celou zimní sezónu jsou v okolních obcích zajišťovány skibusy, které bohužel nezajíždějí do Pasek.

Problematické v tomto směru je ovšem alternativní sportovní či kulturní vyžití v odpoledních hodinách či při nepříznivém počasí. Nabídka ucelených turistických produktů a programů v zimním období je pro potenciální turisty nejvyšší možnou službou. Výhody z toho plynoucí jsou ve zvyšování poptávky a přitažlivosti střediska pro vybrané cílové skupiny. Na druhé straně jsou zde i výhody pro turisty, které spočívají ve snižování potřeby vlastního plánování, zvyšování kvality služeb, rozšiřování možnosti alternativního trávení volného času. Velmi důležitá je variabilita nabídky a možnost přizpůsobení služeb vybrané cílové skupině, aktuálnímu počasí atd.

Tvorba turistických produktů a programů úzce souvisí s dostupnou infrastrukturou cestovního ruchu, nezbytným organizačním zázemím, kvalitou lidských zdrojů a marketingem. Produkty a programy cestovního ruchu jsou v současné době žádané především ze strany zahraniční klientely, neboť umožňují lepší poznání regionu a zároveň usnadňují této klientele, která je limitována neznalostí jazyka, prostředí, zvyklostí, pobyt v oblasti. Příprava turistických produktů a programů často souvisí se specifickostí a

zvláštností regionu, s jeho přírodními či krajinnými atraktivitami, kulturními a společenskými specifiky. Druhou nezbytnou složkou tvorby je tvůrčí kreativita a aktivita realizátorů, což je předpokladem vzniku produktů a programů.

3.2. Nabídka cestovního ruchu v letním období v Pasekách nad Jizerou

Hlavní sezónou je beze sporu zimní období, které se počítá od prosince do března. V tomto období je v celé oblasti velký počet návštěvníků a turistů. V ostatních měsících jsou Paseky méně atraktivním územím z hlediska cestovního ruchu. Tato situace souvisí s nedostatečnou nabídkou cestovního ruchu v tomto meziobdobí. Oblast skýtá nádhernou a atraktivní přírodu, klidné prostředí, hory. S ucelenou a konkurenceschopnou nabídkou by jistě Paseky získaly své „renomé“ a přilákaly by větší počet návštěvníků v letním, případně jarním či podzimním období. Mezi vhodné formy cestovního ruchu pro meziobdobí patří venkovská turistika, sportovní turistika, relaxační turistika, ozdravné pobyty aj. Tyto formy cestovního ruchu zde mají příznivé klima. S tímto opět souvisí kvalita a dostupnost doprovodné infrastruktury cestovního ruchu.

Největším potenciálem rozvoje cestovního ruchu v letním období je pěší turistika, pro kterou je zapotřebí připravit vhodné podmínky a doplňkové aktivity. Stávající síť značených stezek je třeba stále udržovat, doplňovat o informační tabule, odpočívadla. V dnešní době roste zájem o naučné stezky a prohlídku přírodních či historických atraktivit. Dalším potenciálem jsou cykloturisté. Je třeba neustále rozvíjet značené cyklostezky a cyklotrasy s odpovídajícím zázemím.

Pro delší pobyty například školní pobyty, je v obci k dispozici multifunkční venkovní hřiště. Nabídka kulturních aktivit je zde převážně zaměřena na kulturní zábavné akce a

společenské akce. Mezi nejznámější patří tradiční Pasecké hudební slavnosti, na které každý rok přijíždí větší počet návštěvníků.

Muzeum Zapadlých vlastenců podává návštěvníkům obraz životních osudů horalů 19. století a připomíná spisovatele K. V. Raise, který život v Pasekách zobrazil v románu Zapadlí vlastenci. Památník dále návštěvníky seznámí s expozicí Krkonošské houslařské školy, s tkaním koberců na původních paseckých tkalcovských stavech, s navlékáním korálí atd. Muzeum bylo v roce 1958 vybudováno v přízemních prostorách farní budovy několika Paseckými občany. Muzeum je věnováno památce písmáka a houslaře Věnceslava Metelky. [6]

Věnceslav Metelka byl vynikající instrumentalista. Stal se vůdčí osobností, organizátorem hudebního a divadelního života. Vyučoval hudbě a jako samouk začal vyrábět všechny druhy smyčcových nástrojů a kytary. Stal se vyhledávaným houslařem v širokém okolí.

Nejstarší architektonickou církevní památkou je barokní kostel sv. Václava z roku 1789 se vzácnými rokokovými oltáři. Před kostelem je kříž z roku 1811 a dvě památné vysoké lípy. Kostel je významnou krajinnou i hmotově prostornou dominantou. Vedle kostela je situován hřbitov, ze kterého je nádherný výhled na panorama Krkonoš. Historik umění V. V. Štech označil toto místo za hřbitov s nejkrásnějším výhledem. V Havírně stojí za zmínku a prohlídku obnovená kaplička Nejsvětější Trojice, jejíž původ sahá až do 17. století.

Do letní nabídky cestovního ruchu určitě patří neopakovatelný charakter obce s původní lidovou architekturou. Je zde zastoupen lidový typ stavby – roubené přízemní chalupy, z nichž mnohé jsou zapsány v seznamu kulturních památek. Nejceněnější z nich je stará škola z 18. století. Velké roubené stavení s rázovitým výměnkářským přístavkem. Škola

stojí v krásné přírodní lokalitě v blízkém sousedství dalších památkově chráněných chalup. Tato vzácná památka lidové architektury je v majetku obce, je neobydlená a chátrá.

3.3. Nabídka ubytování, stravování, okolí

Ubytování

Cílem ubytovacích služeb je poskytování přechodného ubytování ve spojení s účastí na cestovním ruchu, ale i při výkonu povolání tj. služební cesty. Tyto služby jsou poskytovány různými typy ubytovacích zařízení, které lze členit z mnoha hledisek:

Ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních

a) hotely a obdobná zařízení

Hotel Albert - nabízí celkem 64 lůžek ve dvoulůžkových, třílůžkových, čtyřlůžkových pokojích a apartmánech s vlastním sociálním zařízením a televizí. Přístup do hotelu je bezbariérový. Hotel nabízí plnou penzi nebo polopenzi. K dispozici je restaurace s barem, školící místnost, tělocvična a posilovna, sauna, vířivá vana, biliár, stolní tenis, šipky. Provoz hotelu je celoroční.

Penzion Sokol – má největší kapacitu lůžek v Pasekách nad Jizerou tj. 80 míst. Ubytování je možné ve dvoulůžkových a třílůžkových pokojích nebo v apartmánu. Sociální zařízení je společné na patře. Některé z pokojů mají vlastní sociální zařízení a televizi. Ke stravování slouží jídelna s 90 místy k sezení, bar a letní terasa. Stravování je možné formou polopenze nebo plné penze.

b) Ubytování v soukromí

1. Vlastní příbytek – rekreační chaty, chalupy

Ubytování Šablatura – nabízí celou chalupu s kapacitou 14 lůžek s možností přistýlky. Ubytování je možné v dvoulůžkových a čtyřlůžkových pokojích s vlastním sociálním zařízením, televizí a připojením na internet. K dispozici je plně vybavená kuchyň, společenská místnost, šipky, sauna, krytý vyhřívaný bazén. Nabízí pouze snídani. K chalupě patří bungalov, který je pro max. čtyři osoby, s vlastním kuchyňským koutem a sociálním zařízením.

Ubytování Špidlen – samostatný bungalov pro cca 8 osob bez možnosti stravování. K dispozici vlastní kuchyň, sociální zařízení, televize.

Ubytování Waldmann – samostatný objekt pro cca 18 osob. Pokoje mají vlastní sociální zařízení. Kuchyň a společenská místnost je společná pro všechny. Bez možnosti stravování. Ubytování odpovídá požadavkům Evropského centra pro eko agroturistiku ECEAT CZ.

2. Pronajímané pokoje v rodinných domech – turisté tráví pobyt s rodinou v rodinném domě a platí jim nájem

Pension Koucký – nabízí ubytování ve dvou až pětিলůžkových pokojích s vlastním sociálním zařízením a televizí. K dispozici je kuchyňka a společenská místnost, která slouží také jako jídelna. Možnost polopenze.

Pension u Sadílků v Koutě – nabízí celkem 25 lůžek ve čtyřlůžkových pokojích. Všechny pokoje mají vlastní sociální zařízení. Společná kuchyňka a společenská místnost, kde je možnost polopenze nebo pouze snídani. K dispozici je hostům připojení na internet, venkovní bazén, dětský koutek, půjčovna horských kol.

Ubytování u Marků – kapacita cca 20 osob ve dvoulůžkových, třílůžkových, čtyřlůžkových pokojích s vlastním sociálním zařízením.

Chalupa Aspen – nabízí ubytování pro 11 osob. Každý pokoj má vlastní koupelnu a televizi. K dispozici je společenská místnost s kuchyní. Ubytování nenabízí stravování.

Pragovka – nabízí šest pokojů o celkové kapacitě 22 lůžek. Všechny pokoje mají vlastní sociální zařízení, lednici a TV. Stravování je zajištěno formou polopenze.

Chalupa Monika – kapacita 12 lůžek s možností přistýlky s vlastním sociálním zařízením. Společenská místnost s televizí, k dispozici kuchyň, venkovní bazén, houpačky pro děti.

Dále do tohoto typu ubytování patří Ubytování Věra Špidlenová, Ubytování u Křížů, Penzion u Kajetána, Ubytování Tomíček, Ubytování u Šotka, Horská chata na Perličku, Ubytování v soukromí, Restaurace a ubytování na Budárce, Penzion Hrušová, Penzion Kašťáková, Ubytování Sadílek Petr, Ubytování Sadílek, Ubytování u Janoušků.

c) jiná hromadná ubytovací zařízení – prázdninová ubytovací zařízení, místa pro turistické kempování a další hromadná zařízení, kam patří Turistická ubytovna TJ Sokol, ubytovna EMBA spol. s r. o., Ubytovna Kolínské nástrojárny a ubytovna Gymnázium Turnov. Tyto objekty jsou zaměřeny na turistické ubytování převážně pro školní mládež. [14]

Z hlediska doby provozu se ubytovací zařízení dělí na zařízení s celoročním provozem a na sezónní zařízení poskytující služby maximálně 9 měsíců v roce.

Stravování

Hostinská činnost neboli stravovací služby v cestovním ruchu jsou zajišťovány subjekty provozujícími společné stravování a je jimi chápáno poskytování pokrmů a nápojů bezprostředně připravených ke spotřebě. Stravovací služby zajišťují obchodní subjekty, pro které je stravování hlavní činností, ale také stravovací zařízení různých společenských organizací, které tuto funkci mají jako doprovodnou službu ke své hlavní činnosti. [14]

V Pasekách nad Jizerou celoročně fungují 3 restaurační zařízení. V zimní sezóně je nabídka stravování rozšířena o bufety v lyžařském areálu a kiosky na sjezdovkách. V mnoha pensionech je nabízena polopenze či plná penze.

V obci jsou k dispozici dva menší obchody s potravinami. Pro větší nákupy je v dosahu cca 4 km Tesco a větší samoobsluhy. Stejně tak i restaurační zařízení, která jsou hojně zastoupena ve městě Harrachov.

Okolí

Jak již bylo výše uvedeno Paseky nad Jizerou sousedí s několika obcemi – Vysoké nad Jizerou, Jablonec nad Jizerou, Rokytnice nad Jizerou a mezi vzdálenější patří Harrachov, Kořenov, Jilemnice.

Vysoké nad Jizerou – je nejvýše položené město v České republice a je přezdíváno městečkem nejkrásnější zimy. V roce 1951 zde byl vybudován lyžařský areál Šachty, který úspěšně funguje dodnes. K lyžařskému areálu patří vyznačené běžecké tratě od 3 do 25 km. Klub českých turistů ve Vysokém nad Jizerou pečuje o 72 km značených cest a pořádá pochod jarním krajem zapadlých vlastenců, v zimě pořádá lyžařskou akci „Ve stopě první střeoevropské padesátky“. V létě je zde k dispozici fotbalové a volejbalové hřiště, tenisové kurty a sportovní hala. Expozice Vysocka je ke shlédnutí ve vlastivědném muzeu.

Mezi kulturní dědictví patří především divadlo, které je známo pod tradiční akcí Krakonošův divadelní podzim. Za zmínku stojí i kostel sv. Kateřiny. [5]

Jablonec nad Jizerou – je známý konáním závodů mistrovství světa na skibobech, které jsou situovány v lyžařském areálu Kamenec. Tělovýchovná jednota Sokol zde celoročně provozuje sportovní halu, fotbalové hřiště, tenisové kurty a koupaliště. Ve městě je také fungující městské kino. [21]

Rokytnice nad Jizerou – je známa svojí dominantou Lysé hory a Kotle. Na Lysou horu vede čtyřsedačková lanovka, která je druhou nejdelší v České republice. V Rokytnici nad Jizerou je nespočet lyžařských vleků a také dostatek běžeckých tratí. V zimě je zde k dispozici snowtubing. V ostatních měsících nabízí velmi kvalitní turistické vyžití s dispozicí kvalitních turistických tras pro pěší i cykloturistiku. Na dosah jsou zde hřebeny nejvyšších hor. Do nabídky patří i jízda na koních, kuželna či bowling, motokáry, tenisové kurty, fotbalové a volejbalové hřiště, plně vybavená sportovní hala s posilovnou, sauna, relaxační centrum. Rokytnice nad Jizerou nabízí spousta restaurací, vinoték a diskoték. [20]

Harrachov – je znám svojí lyžařskou tradicí, která se začíná psát již brzy poté, kdy hrabě Harrach přivezl do Čech první lyže. Harrachov je pravidelným pořadatelem Světových pohárů v klasickém lyžování. Vrcholem harrachovského lyžování jsou zajisté lety na lyžích. Harrachov se pyšní skokanským můstkem Mamut, který je jedním z pěti na celém světě. Návštěvník může vidět 7 skokanských můstků a okusit homologované běžecké tratě. Pro lyžaře jsou zde lanové dráhy a velmi kvalitně upravené sjezdovky všech stupňů obtížnosti. V letních měsících jsou zde k dispozici půjčovny kol, 11 tenisových kurtů, 2 minigolfová hřiště, bungee jumping, přírodní koupaliště, sjíždění řeky, horolezectví, plně vybavené sportovní haly, bobová dráha, půjčovna čtyřkolek aj.. Harrachov je znám také Mumlavskými vodopády, které jsou navštěvovány v každém ročním období. Harrachov se proslavil sklářským průmyslem, kterému je věnováno muzeum skla a ski muzeum. Za

atraktivitu je považováno i hornické muzeum. Návštěvníci se mohou zúčastnit prohlídky sklárny a pivovaru. Nespočet restaurací, barů a diskoték je téměř samozřejmostí. [3]

4. POPTÁVKA V CESTOVNÍM RUCHU

Poptávka je chápána jako projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností. Účastník cestovního ruchu je nositelem poptávky, který se účastní cestovního ruchu v zájmu reprodukce svých fyzických a duševních sil a za účelem uspokojení svých potřeb v oblasti rekreace, poznání a styku s lidmi. Je to ochota účastníků cestovního ruchu směnit určité množství peněz za služby a statky cestovního ruchu, převážně v místech cestovního ruchu. Je to projev potřeb a zájmu o zboží a služby, které lidé mohou a jsou ochotni v určitém čase a prostoru nakoupit. [12]

Poptávka v cestovním ruchu zahrnuje:

- motiv účasti na cestovním ruchu, který je výrazem potřeb a zájmů člověka a jeho rozhodnutí uspokojit některé ze svých potřeb ve změněném prostředí – mimo místo svého bydliště,
- požadavky na služby a zboží, jenž jsou nezbytné pro uspokojení potřeb a realizaci motivů účasti na cestovním ruchu,
- požadavky na prostředí a místo, na kterých má být cíl účasti realizován.

Poptávka může být uspokojená, neuspokojená a potenciální. Uspokojená neboli uskutečněná je ta, která již byla realizovaná. Neuspokojená poptávka je taková, která z nějakých důvodů nemohla být uskutečněná. Potenciální poptávka existuje u těch skupin účastníků, u nichž jsou splněny základní předpoklady pro účast na cestovním ruchu a která se při odpovídající nabídce a cenách či odstranění jiných brzdících faktorů může přeměnit v poptávku reálnou. [12]

Poptávka cestovního ruchu je charakterizována rysy:

- komplexnosti, které vyplývají z komplexnosti potřeb, které jsou v cestovním ruchu uspokojovány. Účastníci vyžadují pro zajištění svých potřeb celý komplex služeb – dopravní, ubytovací, stravovací, programové, atd.,
- sezónnosti a periodickým charakterem, což vyplývá z nerovnoměrného rozložení poptávky v průběhu roku (svátky, prázdniny, mimosezóna), ale také v průběhu týdne (prodloužené víkendy). Obě tyto skutečnosti jsou dány klimatickými podmínkami, ale i legislativními úpravami v rozložení volného času. To vyžaduje vysokou pohotovost zařízení služeb k výkonům a schopnost zvládnout koncentrovanou poptávku ve vrcholných sezónních obdobích,
- elasticity, co se do objemu a struktury týká ve vztahu k disponibilním příjmům, cenám, počasí, atd., na které poptávka reaguje,
- odlišnosti poptávky, které vyplývají z vysoké míry oddělenosti zájmů a zálib lidí u různých věkových, sociálních, národnostních a dalších skupin účastníků. Neustále dochází ke vzniku nových poptávkových segmentů, ke změně motivací a požadavků. Poptávka je založena zejména na zážitcích, dojmech a podmínkách pro seberealizaci, což zdůrazňuje její rozmanitost,
- zaměnitelnosti neboli substitucí cílových míst cestovního ruchu, jednotlivých druhů služeb, zboží, ale také i změna způsobů využívání volného času.

Cestovní ruch se stává dostupným pro všechny vrstvy obyvatelstva jako způsob využívání volného času a jako forma regenerace fyzických, ale také i duševních sil člověka. Na tento trh vstupují stále nové vrstvy obyvatelstva, které mají nové potřeby a zájmy, což se odráží ve stále rostoucí účasti na cestovním ruchu.

Cestovní ruch má v uspokojování potřeb stále větší význam a stává se trvalou součástí způsobu života, což je dáno především okruhem potřeb, které jsou v cestovním ruchu uspokojovány a získávají u člověka stále vyšší stupeň naléhavosti uspokojení. Dále způsobem uspokojení těchto potřeb ve změněném, zdravotně příznivém prostředí. Tím, že se změna prostředí (tzn. útěk do přírody) se vzhledem ke zhoršujícímu životnímu prostředí stává stále významnější potřebou člověka. Cestovní ruch se stává vědomě uznávaným nástrojem kompenzace negativních vlivů civilizačního vývoje. Prostřednictvím cestovního ruchu se zvyšuje stupeň poznání lidí, dochází k posunu k aktivnějším formám využívání volného času

Znalost potřeb účastníků cestovního ruchu a zejména jednotlivých poptávkových skupin se v současné době stává jedním z prioritních faktorů úspěšného podnikání v cestovním ruchu. Ze znalosti potřeb a přání klientů, z naší schopnosti předvídat tyto potřeby předem a přizpůsobovat jim nabízené produkty pak vychází i vlastní filosofie marketingu cestovního ruchu. [12]

4.1. Charakteristika potřeb a spotřeby v cestovním ruchu

Obecně je potřeba pokládána za sociálně-ekonomickou kategorii a projevuje se jako nedostatek nebo nadbytek něčeho, což člověk pocítuje ve formě odrazu v jeho vědomí a je podmíněný závislostí na vnějším světě. Základní dělení potřeb:

- biologické potřeby jsou spojené s existencí člověka jako přírodní bytosti (výživa, zachování rodu, péče o zdraví, atd.)
- společenské potřeby jsou spojené s existencí člověka jako společenské bytosti. Patří sem vzdělávání, kultura, rekreace, zábava atd.

Potřeby uspokojované prostřednictvím cestovního ruchu dělíme na potřeby:

- jejichž uspokojení je vlastním cílem účasti na cestovním ruchu. Jsou motivující k účasti např. potřeba odpočinku, pohybu, poznání, atd.,
- které nejsou cílem cestovního ruchu, ale účast se bez nich neobejde. Do těchto potřeb patří výživa, bydlení, přemísťování se, hygienické potřeby apod.

Spotřeba je v cestovním ruchu prostorově i časově oddělená. Hlavní věc spotřeby v cestovním ruchu je v cílových místech cestovního ruchu, která mohou mít různý charakter a jsou tak rozhodujícími místy realizace spotřeby v cestovním ruchu.

Spotřeba může začít už v místě bydliště. Tato spotřeba je představována nákupem předmětů nutných k účasti na cestovním ruchu (mapy, průvodce, oblečení, sportovní doplňky aj.), ale také informačními službami, různá pojištění, směnárství. Vlastní spotřeba tedy začíná až později. Velkou část spotřeby v cestovním ruchu představuje spotřeba při přemísťování z místa bydliště do místa cestovního ruchu.

Hmotně je spotřeba vyjádřena počtem účastníků cestovního ruchu (turistů a výletníků), jejich frekvencí na cestovním ruchu, jejich prostorovým a časovým rozložením. Hodnotově je spotřeba vyjádřena výdaji obyvatelstva, které představují část peněžních příjmů obyvatelstva účelově zaměřenou na úhradu nákladů spojenou s účastí na cestovním ruchu. Výdaje obyvatelstva na cestovním ruchu mají značný význam pro sledování spotřeby v cestovním ruchu. Z jejich struktury je možnost sledovat postavení cestovního ruchu v celkové spotřebě obyvatelstva, postavení výdajů na cestovní ruch v celkových výdajích obyvatelstva a výdajích na služby, odlišností výdajů na cestovní ruch v závislosti na výši příjmů, věku, sociálních skupinách a také je možnost sledovat strukturu výdajů na jednotlivé služby cestovního ruchu. [12]

5. MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Marketingový výzkum byl proveden hlavně pro potřeby diplomové práce. Protože obec Paseky nad Jizerou nemohla poskytnout žádná data o návštěvnosti Pasek nad Jizerou, byl zaměřen právě na její zmapování. Cílem výzkumu dále bylo zjistit spokojenost turistů, jejich hodnocení nabídky služeb, důvody vedoucí k návštěvě. Účelem výzkumu bylo také zjistit informační zdroje, z kterých se dozvěděli o obci. Tyto informace by měly sloužit ke zhodnocení propagačních aktivit, k celkovému zlepšení informovanosti návštěvníků a tím zvýšit počet návštěv.

Marketingový výzkum se skládá ze systematického určování, sběru, analýzy, vyhodnocování informací a závěrů. Pro získání potřebných informací můžeme použít data sekundární a primární.

Sekundární data byla nasbírána k jiným účelům, neslouží tedy přímo pro cíl vyšetřování. Dělí se na vnitřní a vnější. Do vnitřních řadíme záznamy získané od pracovníků z vlastního podniku. Vnější informace jsou čerpané ze zdrojů mimo vlastní podnik např. různé statistické rozbory, periodika, časopisy, publikované zprávy aj. Výhodou sekundárních dat jsou nízké náklady na získávání a rychlost. Z tohoto důvodu se marketingový výzkum začíná sběrem právě sekundárních dat. [2]

Primární data slouží pro získání podrobnějších a přesnějších dat. Při sběru těchto dat je nutná pozornost, aby marketingové rozhodování bylo zabezpečeno relevantními, přesnými, aktuálními a nezkreslenými informacemi. Primární data je možné shromažďovat různými metodami a to:

- přímým průzkumem, do kterého patří osobní a skupinové rozhovory, telefonní rozhovory, poštovní ankety

- pozorováním, které může být osobní nebo mechanické za pomoci skryté kamery
- pomocí experimentu, kdy dochází přímo k testování

5.1. Sběr dat

Marketingový výzkum byl proveden metodou dotazníkového šetření formou písemného dotazníku a osobním rozhovorem. Dotazníky patří mezi nejpoužívanější a velice pružný nástroj výzkumu, protože je zde široké spektrum možností kladení otázek. Otázky mohou být s otevřeným koncem, dichotomní tj. odpověď ano či ne a nebo otázky výběrové, kde se zaškrťává jedna z mnoha možností. Výsledky dotazníků lze velmi rychle zpracovat.

Cílem dotazníkového výzkumu bylo zjištění skutečností, které tvoří hlavní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v obci:

- zjistit preferované roční období návštěvy s uvedením důvodu
- četnost a účel návštěvy
- zjistit hodnocení nabídky služeb a jejich možnosti zkvalitnění
- vyhodnotit podíly propagačních a informačních materiálů, z kterých se mohli informovat o Pasekách
- analyzovat profily návštěvníků tj. pohlaví, kraj či stát, věk, plat

Nevýhoda dotazníků je, že se jich vrací málo zpět. Tomu bylo předejito drobnou odměnou, kterou představovala několikaprocentní sleva v půjčovně lyží v případě, že dotazovaná

osoba přinese vyplněný dotazník do půjčovny uvedené v dotazníku. Vzor dotazníku je přiložen v příloze A.

Dotazníky byly zpracovány v jazyce českém, německém a anglickém. Dotazníkové otázky byly sestaveny záměrně s ohledem na časovou nenáročnost a tedy i co nejvyšší pravděpodobnost správnosti vyplnění. Otázky měly za cíl zjistit relevantní údaje o respondentovi. Dotazník obsahuje většinou otázky uzavřené, výběrové, které nabízejí předem připravené možnosti odpovědí. Volné otázky byly využity jako možnost vyjádřit se k dané problematice. Celý výzkum byl prováděn anonymně, pouze v závěru byl doplněn o několik osobních údajů (věk, kraj, pohlaví a plat).

Dotazníkové šetření bylo prováděno v průběhu zimní sezóny 2009/2010. Výzkum byl proveden pouze na území obce Paseky nad Jizerou celkem ve čtyřech pensionech a jednom hotelu. Pensiony byly vybrány předem dle jejich rozdílné nabídky služeb. Pension U Sadílků se nachází ve velké blízkosti lyžařského areálu a hostům je nabízena polopenze. Hosté zde mají pronajaty pokoje v rodinném domě, kde bydlí i vlastníci domu. Hotel Albert je také velmi blízko lyžařského areálu, nabízí plnou penzi, polopenzi aj.. Možnost společenských her jako je kulečnick nebo šipky. K dispozici je zde i tělocvična a sauna. Další tři pensiony se nacházejí ve velmi těsné blízkosti a jsou vzdáleni od lyžařského areálu cca 1 km. Ubytování Šablatura se řadí do ubytovací skupiny vlastní příbytek – chalupa, která je plně k dispozici účastníkům cestovního ruchu. K dispozici je volně internet, sauna, vyhřívaný bazén, šipky aj. Toto ubytování nenabízí penzi, pouze snídane. V posledních dvou pensionech Hrušová a Koucká jsou účastníkům pronajímány pokoje v rodinném domě. Oba nabízejí polopenzi. Cílovými respondenty se tedy stali hosté daného pensionu či hotelu. Do výzkumu byli tímto výběrem zahrnuti muži a ženy z různých společenských vrstev a všech věkových kategorií.

Bylo zodpovězeno 139 správně vyplněných dotazníků z celkového počtu 150, což lze považovat za dostatečný počet pro marketingový výzkum. Pouze dva dotazníky byly

přineseny do půjčovny lyžařského vybavení, čímž dání návštěvníci získali 5% slevu z celkové částky zapůjčených věcí. Data z dotazníků, jejichž povaha to dovolila, jsou zpracována a vyhodnocena v grafickém nebo tabulkovém provedení pro lepší celkovou přehlednost.

Celkový vzorek pro výzkum je 139 respondentů v následujícím složení:

Muži: 51 %

Ženy: 49 %

Celkem: **zahraniční respondenti** – 27 %

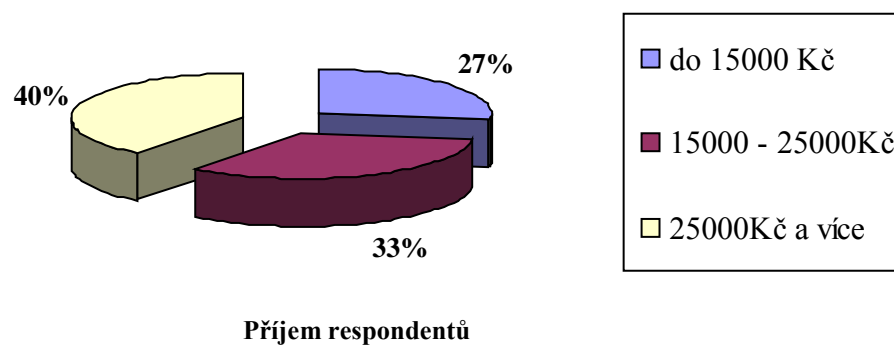
tuzemští respondenti – 73 %

Paseky nad Jizerou jsou nejčastěji vyhledávány českými návštěvníky ze středočeského kraje. Ostatní kraje jsou zastoupeny téměř ve stejném počtu návštěvníků. Zahraniční návštěvníci jsou hlavně z Německa, Holandska a Polska. Je nutné říci, že hlavní klientelou lyžařského areálu jsou poláci, ale ti většinou nevyužívají služeb ubytování, z důvodu blízkosti česko-polských hranic.

Průměrný věk respondentů: 37 let

Příjem respondentů (obr. 1) je ve všech třech nabízených možnostech velmi vyrovnaný.

Obr. 1

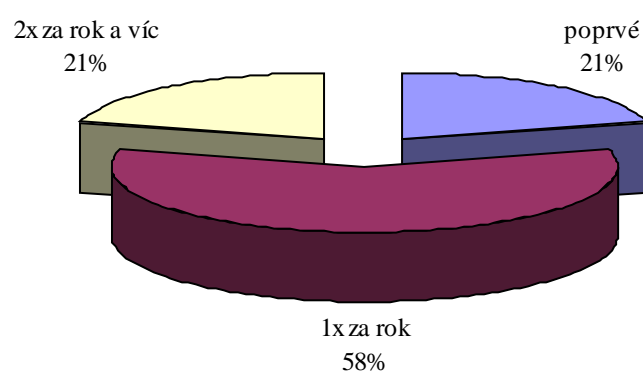


Zdroj: vlastní

5.2. Rozbor a interpretace shromážděných dat

Cílem první otázky bylo zjištění četnosti návštěv Pasek nad Jizerou. Respondenti byli dotazováni, zda jsou v Pasekách nad Jizerou poprvé či zda je navštěvují jednou za rok, a nebo dvakrát a více.

Obr. 2

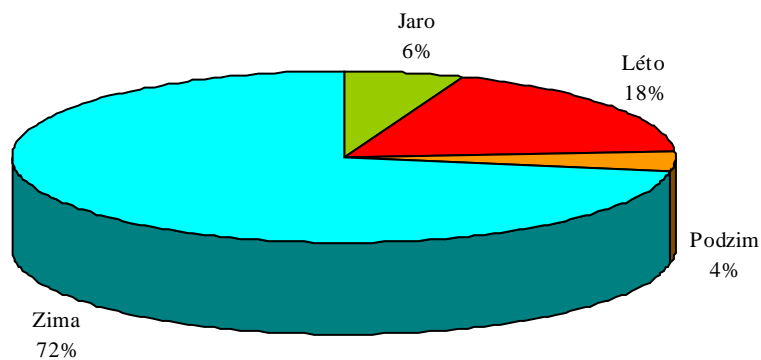


Četnost návštěv Pasek nad Jizerou

Zdroj: vlastní

Z celkového počtu 139 dotazovaných je obec Paseky nad Jizerou navštěvována z 58 % jednou ročně a ostatní dvě hodnoty jsou zcela stejné tj. 21 %. Následně na tuto otázku bylo zjištěno nejvíce preferované roční období a důvod této preference (obr. 3).

Obr. 3



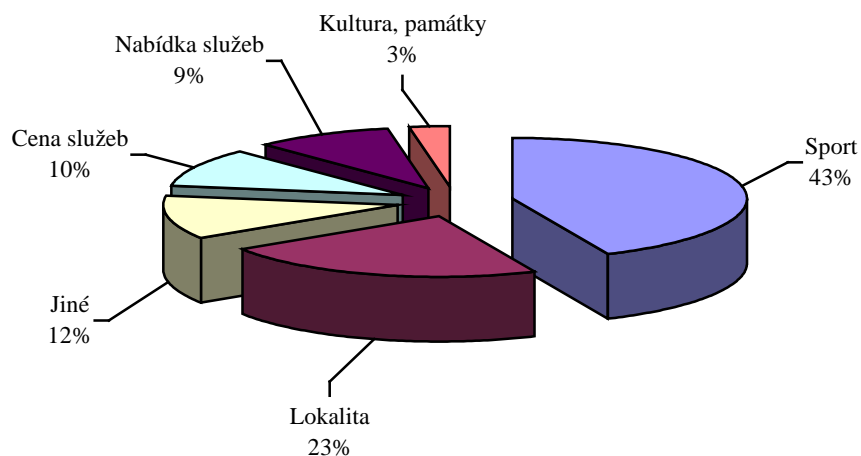
Preferované roční období

Zdroj: vlastní

Zimní období preferuje 72 % respondentů z důvodu sjezdového lyžování, vhodnosti lyžařského areálu pro rodiny s dětmi. Ostatní roční období mají podobné výsledky a důvody návštěvy jsou hlavně pěší turistika a cykloturistika.

Dotazníkovým šetřením bylo dále zjištěno, z jakého důvodu navštěvují respondenti obec Paseky nad Jizerou. V této otázce mohli respondenti vybrat odpověď z možností: sport, kultura a památky, lokalita, cena služeb, nabídka služeb, jiné (obr. 4).

Obr. 4



Důvod návštěvy Pasek nad Jizerou

zdroj: vlastní

Paseky nad Jizerou jsou respondenty preferovány z důvodu sportu (43 %), lokality (23 %), z jiného důvodu byla nejčastější odpověď ubytování, vhodnost pensionu pro početné skupiny, vhodnost lyžařského areálu pro rodiny s dětmi (12 %). Ostatní důvody lze vidět v obr. 4.

Respondenti měli možnost ohodnotit nabízené služby v Pasekách nad Jizerou. Hodnocení probíhalo ve škále od 1 (nejlepší hodnocení) do 5 (nejhorší hodnocení). Průměrné hodnoty jsou uvedeny v tabulce 3.

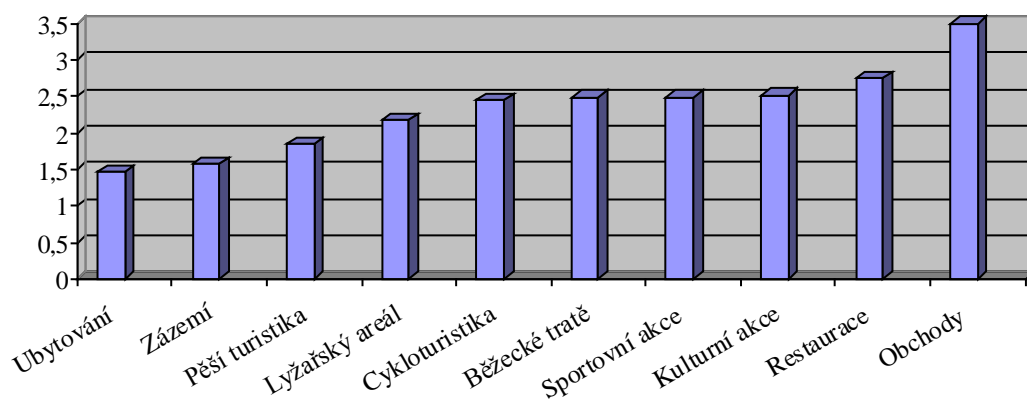
Tabulka 3 – Vyhodnocení nabídky služeb

Nabídka služeb	Průměrná hodnota
Ubytování	1,47
Zázemí (půjčovny, školy)	1,57
Pěší turistika	1,85
Lyžařský areál	2,17
Cykloturistika	2,45
Běžecké tratě	2,48
Sportovní akce	2,49
Kulturní akce	2,51
Restaurace	2,74
Obchody	3,49

Zdroj: vlastní

Hodnocení nabídky služeb respondenty je uvedeno graficky na obr. 5. Graf zobrazuje hodnoty z tabulky 3 od nejlepšího k nejhoršímu ohodnocení.

Obr. 5



Hodnocení nabízených služeb

Zdroj: vlastní

Respondenti ohodnotili nejlépe ubytování průměrnou známkou 1,47, dále zázemí (půjčovny, lyžařské školy, servisy) známkou 1,57. Nejhůře jsou hodnoceny obchody s průměrnou známkou 3,49. Ostatní hodnocení jsou v podobná.

V návaznosti na výše uvedené hodnocení měli respondenti možnost napsat své názory, co postrádají a co je jimi oceňováno v Pasekách nad Jizerou. Z odpovědí vyplývá, že nejvíce jsou postrádány:

- restaurace přímo v lyžařském areálu typu Aprés Ski, což je časté ve velkých střediscích. V lyžařském areálu funguje pouze kiosek, který se zavírá společně s provozem vleků a není otevřen ani v době večerního lyžování. V letošní sezóně 2009/2010 byl přímo v areálu postaven vyhřívaný party stan, kde byly nabízeny alkoholické a nealkoholické nápoje, což většina dotazovaných označila za velmi pozitivní zkvalitnění služeb lyžařského areálu.
- více informací o areálu a obci celkově
- ceny skipasů
- lepší značení běžeckých tratí
- nabídka aktivit v případě špatného počasí (např. bowling, bazén, aj.)

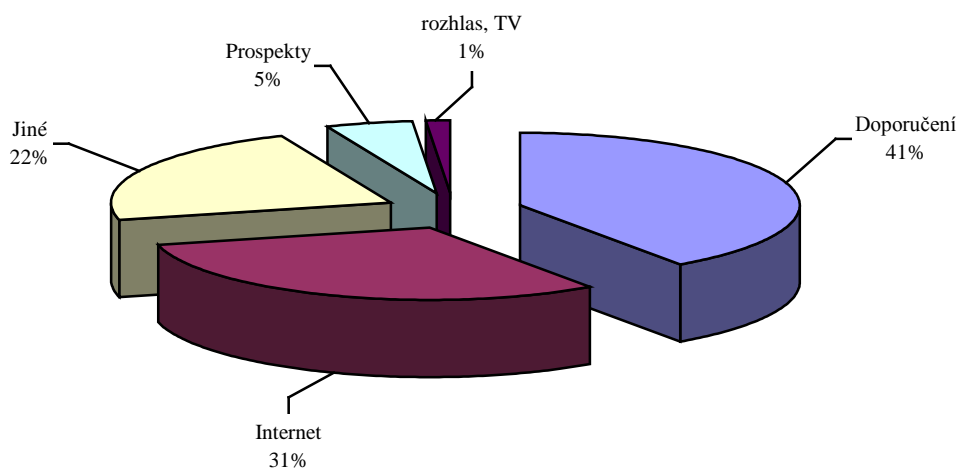
K zamyšlení obce patří také odpověď, kdy velká část respondentů nesouhlasí s placeným parkovištěm (jeden z respondentů označil parkoviště za „tankodrom“). Dále většina respondentů postrádá sedačkovou lanovku a obchody nebo alespoň širší sortiment zboží. Postrádán je také skibus, kulturní akce a lepší silnice.

Na druhé straně respondenti oceňují:

- ubytovací služby
- půjčovny a lyžařské školy
- lyžařský areál z pohledu upravenosti sjezdových tratí
- lokalitu, která je velmi vhodná pro rodiny s dětmi a jsou nadšeni klidem, přírodou a původní zástavbou, kterou si nepřejí měnit
- ceny služeb v Pasekách nad Jizerou, které odpovídají nabízené kvalitě

Hodnocení propagace a informovanosti obce Paseky nad Jizerou bylo cílem poslední otázky dotazníkového šetření. Respondenti měli nabídnuty možnosti odpovědí tj. internet, rozhlas a TV, prospekty, doporučení, jiné. Procentuální vyjádření ukazuje obr. 6.

Obr. 6



Volba média

Zdroj: vlastní

Na doporučení navštívilo Paseky nad Jizerou 41 % dotazovaných, dalším zdrojem informací o obci je internet, který je využíván 31 % dotazovaných. Nejméně je respondenty využíván rozhlas a televize (1 %).

5.3. Zhodnocení výzkumu

Jelikož marketingový výzkum byl proveden pouze v zimní sezóně, nejde tedy o rozsáhlé šetření. Z tohoto důvodu, dotazníkové šetření plní spíše funkci orientačního charakteru, díky kterému může obec Paseky nad Jizerou zkvalitnit nabízené služby a tím posílit ekonomický rozvoj obce, který jak už bylo řečeno v úvodu je založen na cestovním ruchu. Cestovní ruch je v Pasekách nad Jizerou jedním z nejúčinnějších prostředků k trvalému zlepšení podmínek obyvatel a velmi důležitým rozvojovým impulsem místní ekonomiky. Na základě získaných informací z dotazníků jsou v následující kapitole uvedeny možnosti a návrhy na posílení cestovního ruchu.

6. MOŽNOSTI A NÁVRHY NA POSÍLENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Pokud chceme něco zlepšit, je důležité mít představu, jakým směrem se tato představa má ubírat. Tato představa pak spočívá v profilování obce. V této kapitole jsou uvedeny některé návrhy a možnosti, které by měly vést k rozvoji a posílení cestovního ruchu.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že nejzávažnějším problémem v oblasti cestovního ruchu je chybějící doprovodná infrastruktura a nabídka služeb jak v letním, tak i v zimním období. V letním období chybí komplexní nabídka služeb cestovního ruchu, kulturních a sportovních aktivit. V zimní sezóně je jistý nedostatek spatřován v chybějící doprovodné infrastruktuře a nabídce služeb cestovního ruchu při nepříznivém počasí a jako doplněk k lyžování, jenž je hlavním cílem zájmu návštěvníků. Je potřeba vytvořit širokou nabídku pro trávení volného času zejména pro hlavní cílovou skupinu, která vyplynula z dotazníků – rodiny s dětmi. Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a rozšíření nabídky pro turisty je hlavním klíčem k dosažení lepší pozice vůči konkurenci v okolí. Toho lze dosáhnout prostřednictvím vyšší variability služeb, odlišením se od nabídky cestovního ruchu okolí a výběrem vhodné cílové skupiny.

Obec by se měla více zaměřit na úroveň řízení cestovního ruchu a nastavit jasné formulované podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. K rozvoji cestovního ruchu může výrazně přispět činnost turistického informačního centra. Obec by měla vybrat vhodný a dobře fungující systém řízení cestovního ruchu, který velmi úzce souvisí s hospodářským rozvojem Pasek nad Jizerou, neboť právě cestovní ruch je nejvýznamnějším faktorem úrovně místní ekonomiky a největším zdrojem příjmů.

Pro navržení směru rozvoje cestovního ruchu, je zapotřebí přesně definovat hlavní cílové skupiny. Dle provedeného dotazníkového šetření, osobního dotazování a dle fyzicko-geografických podmínek (ve smyslu charakteru lyžařských tratí) je hlavní cílovou skupinou Pasek nad Jizerou rodiny s malými dětmi. Tato cílová skupina je definována

především pro zimní období, ale své opodstatnění má i v letním období. Druhou cílovou skupinou pro zimní i letní období jsou školy a popřípadě sportovní oddíly. Třetí skupinou mohou být turisté vyšší věkové kategorie. Tato skupina je definována pro letní období respektive jaro a podzim. Tyto skupiny jsou základem pro tvorbu návrhů na zlepšení cestovního ruchu. Souvisí s tím potřeba vybudování patřičné infrastruktury cestovního ruchu, tak vhodná nabídka volnočasových aktivit.

Je zřejmé, že bez patřičného vybudování „zázemí cestovního ruchu“ nelze nabízet kvalitní služby a bez odpovídajícího řízení cestovního ruchu není možné vytvářet konkurenceschopnou a atraktivní nabídku cestovního ruchu. Služby cestovního ruchu souvisí s dostupností infrastruktury a naopak bez vhodných zařízení cestovního ruchu lze jen obtížně realizovat sportovní či kulturní akce a vytvářet konkurenceschopné turistické produkty. Tvorba turistických produktů a programů velmi úzce souvisí s dostupnou infrastrukturou cestovního ruchu, nezbytným organizačním zázemím, kvalitou lidských zdrojů a marketingem. Produkty a programy cestovního ruchu jsou v současné době vyhledávány hlavně ze strany zahraniční klientely, protože umožňují lepší poznání a zároveň usnadňují pobyt tj. zahraniční klientela je omezována neznalostí jazyků, prostředí, zvyklostmi aj. Příprava turistických produktů a programů souvisí se specifickostí a zvláštností regionu. Nelze ale zapomenout na nezbytnou složku tvorby, kterou je kreativita a aktivita realizátorů, což je předpokladem vzniku produktů a programů cestovního ruchu.

6.1. Podpora cestovního ruchu v zimním období

Celé území Pasek nad Jizerou je vhodné zejména pro zimní sporty. Náročnost lyžařského terénu je vhodná pro hlavní cílovou skupinu – rodiny s dětmi. V zájmu zatraktivnění, zvýšení a prodloužení návštěvnosti oblasti je potřeba nabídnout návštěvníkům další doplňkové aktivity a akce. Nosným tématem turistických produktů a programů by mělo

být, že obec a celá oblast je vhodná pro aktivně strávenou dovolenou. Kromě toho je třeba se více zaměřit na vybranou cílovou skupinu.

6.1.1. Outdoorové aktivity

Nabídka atraktivních služeb v oblasti sportu souvisí s dostupností sportovní infrastruktury. V tomto směru jsou atraktivní především multifunkční sportovní areály využitelné i v zimním období. Mezi outdoorové sportovní aktivity lze zařadit například dětské lyžařské závody, závody na saních, skoky na lyžích, zábavné akce aj. Toto všechno může zajistit dětské lyžařské hřiště, které se v současnosti stává nedílnou součástí většího lyžařského areálu.

Dětské lyžařské hřiště

Vybudování dětského lyžařského hřiště je spojeno s mnoha úkoly a problémy. Jedná se hlavně o volbu odpovídajícího terénu, pravidelné rozmístění jednotlivých stanovišť, příprava umělých terénních tvarů a jejich správné rozměry, využití vhodných pomůcek, organizace činnosti v celém hřišti a další. [19]

Dětské lyžařské hřiště by mělo být dostatečně široké a prostorově rozlehlé, má mírný sklon svahu s dojezdem do roviny. Plocha bývá v rozsahu kolem 80 000 – 100 000 m². Za těchto podmínek se jako nejvhodnější jeví plocha v lyžařském areálu, která se nachází nad parkovištěm (obr. 7, červený obdélník). Je to v blízkosti centra lyžařského areálu, což je důležité pro komunikaci s okolním děním.

Celá plocha hřiště je ohraničena umělohmotným červeným oplůtkem, který může být využit také jako reklamní plocha. Vstup do prostoru musí být viditelný, často bývá

vytvořen z nafukovací brány. Hřiště je vybaveno různými pomůckami, překážkovými dráhami, slalomy, sněhovým tunelem. Celý prostor je zdoben figurkami známých pohádkových postav (příloha B). Největším kladem dětského lyžařského hřiště je pohyblivý koberec a lanový vlek sloužící k pohodlné přepravě malých lyžařů a snowboardistů. Tyto vleky mohou být využity i pro snowtubing. [17]

Obr. 7



Mapa lyžařského areálu

zdroj: www.paseky.cz

Výbavou dětských lyžařských hřišť se zabývá hlavně rakouská firma SunKid, která má heslo „užít si sněhu díky bezpečí a pohodlí“. V příloze C je přiložen rozpočet výstavby lyžařského hřiště dle katalogu SunKid a e-mailové žádosti.

Dětské lyžařské hřiště není levnou záležitostí, a proto může být využito určitých možností financování např. ze státních dotací. Jedná se o programy státní podpory ve sportu – program 233510 - Investiční prostředky pro oblast sportu, podprogram 233512 - podpora sportovních zařízení v oblasti sportu pro všechny. [15]

V současné době se rozšířilo i klasické lyžování. Nevýhodou běžeckých tratí v Pasekách nad Jizerou se jeví jejich dostupnost z lyžařského areálu, která je možná pouze vyjetím pomocí lyžařského vleku, což je pro mnohé běžce největší překážkou, jedná-li se o začátečníky či rodiče s dětmi anebo pomocí automobilu do hořeních Pasek, kam není ale příliš vhodná silnice. Pro hlavní cílovou skupinu by bylo vhodné začít běžecké tratě již v dolní části obce. Tato běžecká trať by vedla k hotelu Albert, kolem vodní nádrže v Koutě až k Tomášovu kříži, dále na Rovně, restaurace na Perličku a poté by došlo k napojení na již stávající běžecké tratě.

Velké atraktivitě se těší také večerní lyžování, které probíhá zatím pouze na dětském vleku, což je na druhé straně velkým nezájmem realizátorů. S tím je spojena, i nejčastěji zmiňovaná položka v dotazníku, kde návštěvníci postrádají restaurace typu Après Ski. Již dříve zmíněný kiosek, který funguje v areálu jako hlavní zdroj občerstvení a místo odpočinku, končí svoji pracovní dobu společně s ukončením provozu lyžařských vleků. Návštěvníci lyžařského areálu tedy nemají možnost po skončení lyžování, sdělit si své dojmy a odpočinout si, občerstvit se před odjezdem.

6.1.2. Indoorové aktivity

Po celém dnu stráveném na lyžích či při nepřízni počasí návštěvníci zajisté ocení možnost rekonvalescence. Její charakter spočívá v relaxačních či méně náročných sportovních a kulturních aktivitách zejména indolového charakteru (sauna, masáže, plavání aj.). V

případě Pasek nad Jizerou musí turistické programy a produkty využívat možností okolí (divadlo, multikino či aquapark v Liberci, kulturní vyžití v Jilemnici, historie sklářství v Harrachově aj.). Možnosti blízkého okolí by mělo mít k dispozici právě informační středisko, které v Pasekách nad Jizerou chybí. Nabídka sestavených turistických programů by měla být obsahem také webových stránek a měla by být opatřena poutavým titulkem.

Alternativou pro trávení volného času v zimním období mohou být též kulturní aktivity a akce. Pobyt turistů lze zatraktivnit využitím kulturního a historického potenciálu obce či blízkého okolí. Zde se nabízí organizace tzv. tradičních akcí k významným dnům či událostem (Velikonoce, Vánoce, Sokolský bál, dětské karnevaly, výstavy v muzeu Zapadlých vlastenců atd.). Pestrá nabídka v oblasti kultury souvisí také s kvalitou a dostupností infrastruktury cestovního ruchu a s potenciálem místních kulturních spolků a sdružení, lidských zdrojů k organizaci a vůlí zainteresovaných lidí připravovat a realizovat akce. Cílem těchto kulturních akcí je získání dostatečného „renomé“, což přiláká dostatek návštěvníků a zlepší možnost získávání finančních prostředků na jejich organizaci.

6.2. Podpora cestovního ruchu v letním období

Mezi nejvhodnější formy cestovního ruchu v letním období patří zajisté pěší turistika, cykloturistika, ozdravné pobyty, apod. Tyto formy cestovního ruchu zde mají příznivé klima. Opět je nutné poznamenat souvislost s kvalitou a dostupností doprovodné infrastruktury cestovního ruchu. V tomto období je největším konkurentem zahraničí, protože možnost koupání ovlivňuje z vysoké míry návštěvnost České republiky vůbec. Cílem tedy je diferenciací nabídky cestovního ruchu a specializace služeb. Zvláště v tomto období je důležitá patřičná propagace. V letním období lze využívat i lyžařského areálu například sjezdy na kolech, běžecké a zábavné aktivity.

Největší potenciál rozvoje cestovního ruchu v letním období je tedy pěší turistika a cykloturistika. Je zapotřebí připravit vhodné podmínky a doplňkové aktivity. Je třeba stále udržovat stávající síť stezek, doplnit je například o informační tabule, mapy a odpočívadla. V současnosti roste zájem o naučné stezky a prohlídky přírodních či historických atraktivit. Pro malé pěší turisty je vhodné vybudovat zábavnou stezku, která se sestává z tabulek, kde jsou různé úkoly pro děti a různé zajímavé informace. Stezka pro děti nemusí být nijak dlouhá a lze ji zakončit překvapením.

Zájem je také o cykloturistiku. Lze vytipovat trasy vhodné pro rodiny s dětmi. Je tedy třeba rozvíjet značené cyklostezky s odpovídajícím zázemím. V zájmu zvýšení návštěvnosti území je propojení cyklistických tras s Polskem či dalšími turistickými centry.

S pěší a cyklistickou turistikou souvisí nabídka specifických programů a produktů spojená s doprovodnými akcemi, tradiční a historickou hodnotou či s čistou přírodou. Velmi specifickou nabídku v letním období mohou plnit programy zaměřené na ozdravné pobyty.

6.3. Obnova a rozvoj doprovodné infrastruktury

V Pasekách nad Jizerou je nabídka infrastruktury sportovně rekreačního využití značně omezená. Z dotazníků vyplývá, že nejžádanější je sedačková lanovka a bazén. Sedačková lanovka je otázkou do budoucna. Další absenci má víceúčelová krytá hala, která nabývá na významu zejména při nepříznivém počasí. Pěší turistika a cykloturistika vyžaduje ke svému rozvoji např. půjčovny, úschovny, servisy kol, informační tabule, odpočívadla apod. Pravidelnou údržbu a obnovu vyžaduje značení těchto tras.

V roce 2009 bylo vybudováno hřiště, které zajistí také zvyšuje nabídku cestovního ruchu. Hřiště může být využíváno pro volejbal, nohejbal, basketbal aj. Ale své využití může najít i

v zimním období, kdy ho lze využít jako kluziště. Avšak opět je zde strana realizátorů a nadšenců pro údržbu a provoz. Hřiště z velké části je hlavní nabídkou pro druhou cílovou skupinu, kterou jsou školy a sportovní družstva.

Jedním z velkých zimních problémů je parkování v lyžařském areálu, které je dosud ještě placené. Výhodou je těsná blízkost areálu, která je však zapomenuta při pohledu na strukturu parkoviště. Parkoviště má z velké části nezpevněný povrch a neúměrná částka za parkování se vybírá i za stání na silnici. Mělo by dojít k rozumné dohodě mezi obcí a vlastníky pozemků. Pokud by nedošlo k domluvě, pak by vícedenní turisté měli obdržet výhodný parkovací lístek buď přímo od výběřčích na parkovišti, nebo od svých ubytovatelů. V této souvislosti se naskytá otázka vytvoření určitého Bonus klubu, jejímž účelem a posláním by bylo volné sdružení podnikatelů a občanů Pasek nad Jizerou, vytvoření systému slev a výhod při propagaci obce jako rekreačního střediska, střediska sportu a cestovního ruchu. Dále zvýhodnění podnikatelů podnikajících na území obce a zároveň zvýhodnit hosty ubytované na území obce. Jednalo by se o určité členství, jenž by mělo několik zásadních výhod a to:

- zvýšení konkurenceschopnosti a zlepšení možnosti účinné propagace,
- přímá spoluúčast na řízení dalšího rozvoje cestovního ruchu v Pasekách nad Jizerou,
- výhodnější ceny v propagačních materiálech obce
- zvýhodnění v možném budoucím orientačním a informačním systému obce

Nevýhodou by bylo pouze zvýšení administrativy při registraci členů.

V souvislosti s parkováním a výše uvedené možnosti jakéhosi členství by bylo vhodné využít služeb Skibusu. Jelikož Paseky nad Jizerou patří do Skiregionu, což je největší lyžařská oblast v České republice, která se nachází v rozmezí Krkonoš a Jizerských hor. Sdružuje lyžařská střediska:

- Harrachov
- Rokytnice nad Jizerou
- Paseky nad Jizerou
- Rejdice
- Příchovice

Výhodou je společné jízdné, kdy ve všech lyžařských areálech výše zmíněných středisek turisté mohou jezdit na jeden skipas. [16]

Tyto projektové záměry by měly řešit optimální propojenost středisek ve všech obdobích, tedy i dopravní obslužnost z dalších turistických středisek. Nejedná se pouze o skibusy, ale i o cyklobusy.

6.4. Rozpočet návrhů pro posílení cestovního ruchu

Představu o finančním zatížení výše zmíněných možností a návrhů posílení cestovního ruchu znázorňuje tabulka 4

Tabulka 4 – Rozpočet návrhů

Návrh posílení cestovního ruchu	Částka v Kč
Úprava webových stránek	34 000
Zábavná stezka pro děti	306000
Kluziště	11000
Dětské lyžařské hřiště	2 006 950

Zdroj: vlastní

Údaje v tabulce jsou vyčísleny pouze pro počáteční realizaci tzn. bez následné režie na platy pracovníků, údržby a další náklady. Položky byly zjištěny prostřednictvím kontaktování firem zabývajících se daným odvětvím.

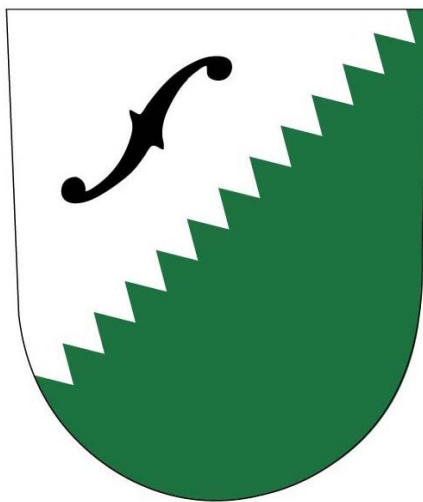
- Cena úprava webových stránek je velmi orientační, protože nebylo přesně uvedeno, jak velké změny by měly být provedeny. Cena však obsahuje zařazení webových stránek do předních míst ve vyhledávačích.
- V případě cyklostezek a stezek pro pěší turistiku jde hlavně o úpravu stávajících tratí a jejich vybavení o odpočívadla, informační tabule a rozcestníky. Návrhy této výbavy jsou uvedeny v příloze E.
- Kluziště by mohlo být dotováno ze sponzorských darů nebo činností dobrovolných hasičů, kteří by zajistili prvotní realizaci tj. položení celt a nástřik vody. V průběhu zimy jde už pouze o pravidelnou údržbu tj. odklizení sněhu, kontrola kvality ledu aj. Tuto funkci by mohla střídavě plnit obsluha lyžařských vleků.

- Kompletní rozpočet včetně rentability, návratnosti a celkových nákladů na dětské lyžařské hřiště je uveden v příloze C.
- Večerní lyžování na dalších vlecích lze vyřešit stejným osvětlením, které bylo použito na dětském vleku.
- Návrh na prodloužení běžeckých tratí již z dolních Pasek se jeví jako nejméně nákladný. Jde pouze o úpravu rolbou vytyčené trasy, která zabere maximálně 20 minut. Dle ceníku rolby tedy jedno projetí rolby této trasy činí cca 600Kč plus mzda řidiče rolby.

7. MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

Marketingová komunikace v Pasekách nad Jizerou v oblasti cestovního ruchu by měla být komplexní propagace území, kde je třeba zaměřit pozornost i na propagaci nosných témat a dílčích produktů cestovního ruchu tj. lyžování pro rodinu s dětmi, tematické naučné stezky aj. Formy propagace mohou spočívat kromě kvalitní internetové prezentace ve vydávání propagačních a informačních materiálů, prezentace v tisku a jiných médiích. Své opodstatnění má také vytvoření loga regionu, protože jednotná propagace přispěje ke snadnějšímu růstu povědomí o Pasekách nad Jizerou. Paseky nad Jizerou mají pouze svůj znak (obr. 8).

Obr. 8



Znak Pasek n. Jiz.

Zdroj: www.paseky.cz

Paseky nad Jizerou jsou propagovány na:

- Webových stránkách – www.paseky.cz, www.jizerkyprovas.cz, www.skiregion.cz, www.holidayinfo.cz, www.krkonose.eu a na dalších webových stránkách, které mají převzaté informace
- Televize – aktuální povětrnostní zpravodajství prostřednictvím panoramatických kamer na ČT2 v žánru zpravodajství Panorama
- Propagační leták – skiregionová brožurka, ve které najdeme popis lyžařského areálu spolu s ceníkem jízdného, zázemí tj. půjčovny, servisy, lyžařské školy aj.
- Rozhlas – rozhlasové reklamní spoty na rádiu Beat a rádiu Contact Liberec, informující o lyžařském areálu a podmínkách pro lyžování
- Pohlednice a mapy
- Venkovní reklama – plachty rozmístěné v okolí Pasek navigující na lyžařský areál
- Obec byla v minulých dvou letech zapojena v projektu TOP 50 - v rámci 4 kampaní byly v rámci České republiky distribuovány informační letáky o Pasekách nad Jizerou

Propagace obce je téměř dostatečná, ovšem náplň oficiálních webových stránek Pasek není přesvědčivá. Webové stránky obce www.paseky.cz působí spíše jako úřední deska, kde návštěvník sice zjistí základní informace o lyžařském areálu, o možnostech ubytování a kulturních akcích připravovaných či konaných, ale už dále nerozvíjí nabídku cestovního ruchu. Z výše uvedeného dotazníkového šetření jasně vyplývá, že nejvíce respondentů se o Pasekách nad Jizerou dozvědělo právě prostřednictvím internetu. Z tohoto důvodu by se vzhled, úprava a hlavně obsahová náplň oficiálních webových stránek měla výrazně zlepšit. Obsah stránek by mohl být např.:

- Úvodní strana – informující o aktualitách z obce a okolí např. vyhlásit konec hlavní sezóny tudíž nižší jízdné v lyžařském areálu, hodnocení nedávno proběhách akcí, pozvánka na akce připravované jak v obci, tak v okolí, informace o počasí atd.
- Historie – zmínky o počátcích obce až do současnosti
- Turistika – rozdělení turistiky na pěší, cykloturistiku, výlety na běžkách, výlety do okolí, uvedení památek spolu s ceníkem a otevírací dobou. U všech forem turistiky všechny možné typy na výlet.
- Sport – lyžařský areál s dostatečným popisem sjezdových a běžeckých tratí, informace o lyžařských podmínkách, servisech, půjčovnách, školách, ceníky, otevírací doby, možnosti parkování, popř. odkazy na jiné webové stránky lyžařských škol a půjčoven. Dále by tam měly být uvedeny služby pro děti tj. lyžařské školy, dětské lyžařské vleky, večerní lyžování, ostatní možné vyžití pro děti a v neposlední řadě celková nabídka zimních a letních sportů nabízených v obci a v okolí tj. bobová dráha, lanové centrum, travní lyžování, snowtubing, tenisové kurty, koupaliště atd.
- Kultura – kompletní kalendář připravovaných akcí s uvedením data a čeho se akce týká, noční život v Pasekách a jeho okolí tj. bowling, restaurace, kina aj., muzea a exkurze
- Mapy – označení možných tras vedoucích do Pasek, označení významných míst
- Kontakt – telefonní číslo, kde je možné získat veškeré informace, ostatní důležitá čísla a adresy
- Webová online kamera
- Ubytování – uvedení všech ubytovatelů spolu s kontakty a odkazy na jejich webové stránky
- Obecní úřad – informace a aktuality týkající se obecního úřadu
- Fotogalerie

Celý obsah webových stránek by měl mít dostatek lákavých obrázků inscenujících daný odkaz. Rozšíření a zkvalitnění by zasloužila také venkovní reklama. Tento typ reklamy lze umístit na obecní automobily, na automobily firem fungujících v obci po vzájemné dohodě. K celkové propagaci by měla být připojena hlavní myšlenka, že obec Paseky nad Jizerou je vhodná právě pro rodiny s dětmi a v další řadě pro seniory.

Distribuce nabídky cestovního ruchu je důležitou součástí marketingu. Jde o stanovení cest, jak se informace o nabídce dostanou k potenciálním návštěvníkům a jakou formou bude uskutečněn „prodej“ této nabídky. Jak již bylo výše uvedeno, hlavní cestou distribuce nabídky je prostřednictvím internetu. Lze využít také distribuce prostřednictvím cestovních kanceláří a agentur jak v České republice, tak i v zahraničí.

7.1. Podpora lidských zdrojů v cestovním ruchu

Kvalita služeb cestovního ruchu je závislá na lidských zdrojích. Lidské zdroje v cestovním ruchu jsou hlavním problémem v této obci. Tato situace vzniká zřejmě ze sezonní zaměstnanosti, možná i neatraktivností práce. To vše se odráží v kvalitě poskytované služby a má to veliký vliv na opakovanou návštěvnost. Jsou to tedy právě lidské zdroje, které ovlivňují kvalitu služeb a jejich řízení. Jimi je ovlivněna tvorba nabídky cestovního ruchu a efektivnost řízení.

Pro rozvoj cestovního ruchu v Pasekách nad Jizerou je vhodné vybudovat turistické informační centrum, které může být umístěno v prostorách Krkonošského muzea. Rozsah a obsah poskytovaných informací turistického informačního centra v minimální variantě zahrnuje:

- informace pro turisty a návštěvníky
- informace pro místní občany

Činnost turistického informačního centra v Pasekách nad Jizerou může být následující:

- úplná nabídka cestovního ruchu v Pasekách nad Jizerou a okolí:
 - ubytování
 - stravování
 - sportovní vyžití a aktivity
 - kulturní akce
 - aj.
- správa webových stránek tj. aktualizace informací
- tvorba a organizování produktů cestovního ruchu
- marketing cestovního ruchu – propagace, distribuce, spolupráce s cestovními kancelářemi či agenturami
- prodej map, pohlednic, brožur, upomínkových předmětů aj.

Tímto centrem by došlo ke zkvalitnění služeb a řízení nabídky cestovního ruchu. I zde nesmíme podcenit hlavně kvalitu a odpovědnost lidských zdrojů, které by měli mít zájem o rozvoj cestovního ruchu, jejich kvalita by měla spočívat v odbornosti a znalosti cizích jazyků. Tento záměr by měl být podpořen vzdělávacím programem pro pracovníky ve službách cestovního ruchu a popřípadě rozšířen o jazykové kurzy. Došlo by k určité jednotnosti a ucelenosti v propagaci nabídky cestovního ruchu.

Turistické informační centrum je nejdůležitějším článkem propagace obce, okolního regionu i celého státu s ekonomickým přínosem. Hlavním úkolem je zdarma poskytnout návštěvníkovi všechny důležité informace a navázat s ním přívětivý kontakt, který ho motivuje ke spokojenému pobytu, k prodloužení jeho pobytu, k zanechání co největší útraty a k opakovanému návratu. [1]

7.2. Turistické informační centrum

Turistické informační centrum dle asociace turistických informačních center České republiky má charakter veřejné služby, poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy jako součást informačního systému cestovního ruchu, jenž zahrnuje³:

- odbornou pracovní sílu
- technické prostředky a vybavení (prostory, počítače, software, telekomunikační prostředky)
- provozní finance
- obecně platné systémové normy a pravidla včetně základních standardů rozsahu a kvality poskytovaných služeb

Hlavní činností turistického informačního centra je bezplatné poskytování informací veřejnosti v souladu se zákonem č.106/99 Sb. o svobodném přístupu k informacím, a to v rozsahu a kvalitě specifikované pro příslušnou kategorii turistického informačního centra.

³ Asociace turistických informačních center České republiky [online] 2007, [cit. 2010-03-26]. Dostupné z WWW: http://www.aticcr.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=200039&id=1048&p1=53

Doplňkovou činností turistického informačního centra jsou služby, které jsou poskytovány za úplatu tj. prodej upomínkových předmětů, směnárna, kopírování, reklamní činnost, poskytování speciálních informací, tvorba a organizování turistických produktů. [1]

Financování turistického informačního centra je vícezdrojové:

- Náklady vyplývající z hlavní činnosti, tj. bezplatné poskytování informací veřejnosti, je nutné hradit z veřejných zdrojů dle stanoveného kalkulačního vzorce např. příspěvkem v určité výši na každou hodinu provozní doby pro veřejnost od státu, samosprávy a z výtěžku vlastní doplňkové činnosti.
- Náklady plynoucí z doplňkové činnosti jsou plně hrazeny z tržeb za tuto činnost.
- Financování realizace konkrétních projektů lze provést v některých případech získáním financí od soukromých investorů, z grantů či dotací.

Při určování právní formy je rozhodující rozsah a kvalita poskytovaných služeb v hlavní činnosti. Právní forma může být:

- příspěvkovou či rozpočtovou organizací státní správy
- orgánem samosprávy
- příspěvkovou nebo rozpočtovou organizací samosprávy
- obecně prospěšnou společností
- zájmovým sdružením právnických osob
- nadací či fondem
- občanským sdružením

- společností s ručením omezeným
- akciovou společností
- veřejnou obchodní společností
- družstvem
- fyzickou osobou

Pro provozování turistického informačního centra je nejvýhodnější prostor patřící obci, který je umístěn v přízemí na frekventovaném místě v centru a dobře přístupný. Výhodou je možnost informace veřejnosti o nabídce provozovaných aktivit prostřednictvím výlohy nebo vitríny. Na dveřích musí být umístěny informace o provozovateli. Z výše uvedeného se jeví jako nejvhodnější prostor umístění turistického centra v Krkonošském muzeu, které se nachází v centru obce a je dobře přístupné. K dispozici zde jsou i vitríny a výlohy. Turistické informační centrum může být umístěno v přízemí muzea. Prostor je třeba rozčlenit na prodejní pult, pracoviště s počítačem, prodejní regály, příruční sklad atd. Na stěnách tohoto prostoru by měla být na vhodném místě umístěna dostatečně velká mapa obce. Další výzdoba je zaměřena na propagaci obce formou plakátů, obrázků aj.

Kategorizace turistických informačních center dle Asociace turistických informačních center České republiky slouží k hodnocení informačních center. Každý její stupeň předpokládá splnění schváleného minimálního standardu a podmínek činnosti turistických informačních center. Kategorizace turistických informačních center je přesně uvedena v příloze D.

Minimální standard služeb a podmínek činnosti turistických informačních center členů Asociace turistických informačních center v České republice:

1. Umístění informačního centra na veřejně přístupném místě.
2. Centrum je označeno logem Asociace turistických informačních center v České republice společně s piktoqramem „i“. Tato povinná označení mohou být doplněna vlastním označením informační kanceláře vyjadřující činnost informačního centra.
3. Vybavení turistického informačního centra musí sloužit k zajištění minimálního standardu poskytovaných informací, to znamená:
 - telefon, fax
 - musí poskytovat plnou informaci sloužící k orientaci v místě působení informačního centra
 - pro návštěvníky musí být k dispozici mapa místa, oblasti a České republiky
 - musí poskytovat informaci o dopravě a službách v místě působení informačního centra
 - musí poskytovat informaci o ubytovacích a stravovacích možnostech v místě působení informačního centra
 - musí poskytovat informaci o kulturních, společenských a sportovních akcích v místě působení informačního centra

Asociace turistických informačních center České republiky (A. T. I. C. ČR) si vyhrazuje právo kontroly výše uvedeného standardu, a to prostřednictvím příslušných členů rady A. T. I. C. ČR, zástupců určených oblastí. [1]

8. ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo popsat současnou situaci obce z pohledu cestovního ruchu. Své poznatky, které jsem získala prostřednictvím dotazníkového šetření a osobního dotazování jsem se snažila vyhodnotit do přehledných tabulek a grafů. Z dotazníkových výsledků jsem vyvodila některé vlastní návrhy na rozvoj a posílení cestovního ruchu v Pasekách nad Jizerou.

Pokud shrnu veškeré informace uvedené v této práci, je zřejmé, že rozvoj cestovního ruchu nebude nikterak snadný, ne však nerealizovatelný. V první řadě to však znamená zkvalitnit lidské zdroje. Správně je motivovat a nadchnout pro rozvoj obce, ve které žijí nebo pracují. Zkvalitnění lidských zdrojů, rozšíření nabídky cestovního ruchu a celkové zlepšení propagace obce je jedno z přijatelných a vhodných řešení, jak zvýšit finanční příjem obce.

Věřím, že mnou získané a zpracované informace a závěry z nich vyvozené pomohou nejen k posílení a rozvoji cestovního ruchu, ale také i k celkovému rozvoji obce. Tyto informace mohou sloužit jako popud k dalšímu sledování vývoje cestovního ruchu v Pasekách nad Jizerou.

SEZNAM LITERATURY

- [1] *Asociace turistických informačních center České republiky* [online]. 2007, [cit. 2010-03-26]. Dostupný z WWW: <http://www.aticcr.cz/>
- [2] DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I. *Základy marketingu*. 2. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2003. 174 s. ISBN 80-7083.749-7.
- [3] DH Webdesing, *Harrachov* [online]. 2010, [cit. 2010-02-19]. Dostupný z WWW: <http://www.harrachov.cz/>
- [4] DROBNÁ, D. a MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004, ISBN 80-7168-901-7.
- [5] HEJRAL, P. a POHANKA, J. *Vysoké nad Jizerou* [online]. 2010, [cit. 2010-02-19]. Dostupný z WWW: <http://www.vysokenadjizerou.cz/>
- [6] HLADÍK, L. *Paseky nad Jizerou* [online]. 2001, [cit. 2010-02-19]. Dostupný z WWW: <http://www.paseky.cz/>
- [7] HLADÍK, L. *Územní plán* [online]. 2001, [cit. 2010-02-19]. Dostupný z WWW: <http://www.paseky.cz/aktuality.php>
- [8] HORNER, S. a SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003, ISBN 978-80-247-15452.
- [9] INDROVÁ, J. a kol. *Mezinárodní cestovní ruch, Vybrané kapitoly*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2007. 92 s. ISBN 978-80-245-1287-7.
- [10] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [11] JAROLÍMKOVÁ, L., ŘEHOŘKOVÁ, J. *Postavení České republiky ve světovém cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2008. 104 s. ISBN 978-80-245-1472-7.
- [12] MALÁ, V. *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. 1. vyd. Praha: Ediční oddělení VŠE, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
- [13] PETRŮ, Z. a HOLUBOVÁ, J. *Ekonomika cestovního ruchu*. 3. vyd. Praha: Idea Servis, 1994. 94 s. ISBN 80-901462-5-2.
- [14] PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Idea Servis, 2007. 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.
- [15] Programming QCM, s. r. o. *Dotace* [online]. 2006, [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.msmt.cz/>

- [16] SURA s. r. o. *Skiregion* [online]. 2009, [cit. 2010-03-25]. Dostupný z WWW: <http://www.skiregion.cz/>
- [17] ŠABLATUROVÁ, A. *Výstavba lyžařského hřiště pro děti ve skiareálu Paseky nad Jizerou* [bakalářská práce]. Liberec: Technická univerzita v Liberci – Fakulta pedagogická, 2007.
- [18] TREML, J. a TREMLOVÁ, E. *Dětské lyžařské hřiště*. 2. vyd. Praha: Sportpropag, 1984. 48 s.
- [19] TREML, J. *Lyžování dětí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 108 s. ISBN 80-247-0682-2.
- [20] Webdesign Krkonoše s. r. o., *Rokytnice nad Jizerou* [online]. 2010, [cit. 2010-02-19]. Dostupné z WWW: <http://www.rokytnice-info.eu/>
- [21] WEBHOUSE, *Jablonec nad Jizerou* [online]. 2006, [cit. 2010-02-19]. Dostupný z WWW: <http://www.jablonecnjiz.cz/>
- [22] WILLI MEINGAST Ges.m.b.H. & Co., *Winterdienstkatalog 2009/2010*, Salzburg, 2006, s. 1-60

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – dotazník – počet stran: 2

Příloha B – lyžařské hřiště pro děti – počet stran: 1

Příloha C – rozpočet lyžařského hřiště pro děti – počet stran: 10

Příloha D - kategorizace turistických informačních center – počet stran: 1

Příloha E – vybavení cyklostezek a stezek pro pěší turistiku – počet stran: 2

Příloha A - Dotazník

Dobrý den,

prosím Vás o vyplnění následujícího dotazníku. Údaje, které v něm uvedete, budou sloužit pro zpracování diplomové práce na téma Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Pasekách nad Jizerou a pro zkvalitnění místní nabídky služeb.

Vhodnou odpověď zakroužkujte, popř. krátce doplňte. Je možné označit i více vhodných odpovědí. Pokud přinesete vyplněný dotazník do půjčovny lyží SKI RENT Šablatura-Špidlen dostanete slevu 5%.

I. DOTAZNÍK

1. Jak často navštěvujete obec Paseky nad Jizerou?

- A) jsem zde poprvé B) 1 x ročně C) 2 x ročně a častěji

2. Ve kterém ročním období preferujete pobyt v Pasekách nad Jizerou a proč?

- A) jaro B) léto
C) podzim D) zima

3. Proč jste si vybrali právě Paseky nad Jizerou?

- A) sport B) kultura, památky C) lokalita D) cena služeb E) nabídka služeb
F) jiné

4. Ohodnoťte nabídku služeb v Pasekách nad Jizerou:

Nejlepší	1	2	3	4	5	Nejhorší
Lyžařský areál	1	2	3	4	5	
Běžecké tratě	1	2	3	4	5	
Zázemí (půjčovny, školy)	1	2	3	4	5	
Cykloturistika	1	2	3	4	5	
Pěší turistika	1	2	3	4	5	
Restaurace	1	2	3	4	5	

Obchody	1	2	3	4	5
Ubytování	1	2	3	4	5
Kulturní akce	1	2	3	4	5
Sportovní akce	1	2	3	4	5

5. Co v Pasekách nad Jizerou postrádáte a co oceňujete?

Postrádám _____

Oceňuji _____

6. Jak jste se dozvěděli o Pasekách nad Jizerou?

A) internet B) rozhlas, televize C) prospekty D) doporučení E) jiné

II. OSOBNÍ ÚDAJE

Pohlaví: A) žena B) muž

Kraj, stát:

Věk:

Příjem: A) do 15000 Kč B) 15000 – 25000 Kč C) 25000 a více

Děkuji za Váš čas strávený tímto dotazníkem.

Příloha B – Lyžařské hřiště pro děti

Obr. 9



Dětské lyžařské hřiště

Zdroj: Winterdienstkatalog 2009/2010



Příloha C – Rozpočet lyžařského hřiště pro děti

Náklady na výstavbu dětského lyžařského hřiště

Dle katalogu SunKid a e-mailové žádosti byl vytvořen rozpočet výstavby dětského hřiště (tabulka 5). Ceny jsou přepočítány dle kurzu 1 EUR = 25,16 Kč a jsou uvedeny bez daně z přidané hodnoty.

Tabulka 5 – Rozpočet výstavby dětského lyžařského hřiště

<p>Vchod do lyžařské školy</p> <p>4-dílný odolný</p> <p>6 m široký</p>		<p>1</p>	<p>165.000</p>	<p>165.000</p>
<p>Oblouk z pěny</p> <p>voděodolný, vč. Uchycení,</p> <p>Míry: 180 x 30 x 30 cm, Výška 280 cm</p>		<p>1</p>	<p>22.500</p>	<p>22.500</p>

Branky podjížděcí Míry: 160 x 100 cm		6	3.840	23.040
Slalomové houby Zelené Průměr 18 cm		5	270	1.350
Slalomové houby Růžové Průměr 18 cm		5	270	1.350

<p>Tunel</p> <p>2 m délka, 1,2 m šířka, 1,2 m výška</p>		1	5.120	5.120
<p>Oblouk z pěny</p> <p>Míry: 120 x 30 x 30 Výška 150 cm</p>		1	9.990	9.990
<p>Gumy na snowtubing</p> <p>vč. Lana zpevněné dno</p>		10	4.300	43.000

<p>Start, Cíl</p> <p>Míry:</p> <p>30 x 120 x 10</p>		2	2.670	5.340
<p>Sít'ový plot</p> <p>20 x 1,2 m</p> <p>vč. 9 tyčí</p>		11	4.320	47.520
<p>Sít'ový plot s potiskem</p> <p>oranžový,</p> <p>50 x 1,2 m</p>		2	17.880	35.760

<p>Malý vlek</p> <p>délka do 200 m</p> <p>měkký start</p>		1	495.000	495.000
<p>Zimní kolotoč</p> <p>pro 12 dětí nebo 8 dospělých</p> <p>výkon 1,5 kW</p>		1	266.480	266.480
<p>Pojízdný koberec</p> <p>motor na</p> <p>30 – 40 m</p> <p>výkon 3 kW</p>	 	1	324.500	324.500

Pojízdný koberec				
pás šířka		30	15.950	478.500
600 mm				
cena za metr				
Doprava + Montáž		2	41.250	82.500
Celkem				2.006.950

Zdroj: Winterdienstkatalog 2009/2010

Celkové náklady na výstavbu (tj. vybavení, montáž) dětského lyžařského hřiště od firmy SunKid činí 2 006 950 Kč. V tabulce 6 jsou pro přehlednost ještě jednou uvedeny náklady na výstavbu.

Tabulka 6 - Náklady na vybavení dětského lyžařského hřiště

Položka	Počet ks	Cena za kus v Kč	Cena celkem v Kč
Vchod do školy	1	165.000	165.000
Oblouk z pěny	1	22.500	22.500
Podjížděcí branky	6	3.840	23.040
Slalomové houby	5	270	1.350
Slalomové houby	5	270	1.350
Tunel	1	5.120	5.120
Oblouk z pěny	1	9.990	9.990
Snowtubing	10	4.300	43.000
Start, cíl	2	2.670	5.340
Sít'ový plot	11	4.320	47.520
Sít'ový plot s potiskem	2	17.880	35.760
Lanový vlek	1	495.000	495.000
Zimní kolotoč	1	266.480	266.480
Pojízdný koberec motor	1	324.500	324.500
Pojízdný koberec	30	15.950	478.500
Doprava a montáž	2	41.250	82.500
Celkem za DLH			2.006.950

Zdroj: vlastní

Náklady na údržbu a provoz

V tabulce 7 jsou uvedeny celkové náklady na údržbu a provoz za rok, který představuje 90 učených dnů což je vypočteno z předešlých sezón. Položky jsou zaokrouhleny na celé koruny.

Tabulka 7 - Náklady na údržbu a provoz dětského lyžařského hřiště

Pronájem pozemku	20.000 Kč/rok
Elektrická energie	22.000 Kč/rok
Údržba (rolba)	10.000 Kč/rok
Instruktoři	260.000 Kč/rok
Reklama	50.000 Kč/rok
Ostatní	20.000 Kč/rok
Celkem	382.000 Kč/rok

Zdroj: vlastní

- pronájem pozemku – cena je stanovena vlastníkem pozemku
- elektrická energie – cena jedné kWh je 4 Kč
 - pojízdný koberec výkon motoru 3 kWh
$$3 \text{ kWh} \times 4 \text{ Kč} \times 7 \text{ hod/denně} \times 90 \text{ dní} = 7\,560 \text{ Kč/rok}$$
 - kolotoč výkon motoru 1,5 kWh
$$1,5 \text{ kWh} \times 4 \text{ Kč} \times 7 \text{ hod/denně} \times 90 \text{ dní} = 3\,780 \text{ Kč/rok}$$
 - lanový vlek výkon motoru 4 kWh
$$4 \text{ kWh} \times 4 \text{ Kč} \times 7 \text{ hod/denně} \times 90 \text{ dní} = 10\,080 \text{ Kč/rok}$$
 - celkem $7\,560 \text{ Kč} + 3\,780 \text{ Kč} + 10\,080 \text{ Kč} = 21\,420 \text{ Kč}$
$$\pm 22\,000 \text{ Kč}$$

- rolba – provozovatelé lyžařského střediska Paseky mají stanovenou cenu rolby 1 800 Kč/hod. Dle předešlé sezóny byla stanovena výše uvedená položka.
- instruktoři – uvedená položka je také stanovena dle předešlé sezóny v lyžařské škole Šablatura-Špidlen, kde pracovalo 12 instruktorů, položka zahrnuje mzdy instruktorů.
- reklama – dle předešlé sezóny
- ostatní – údržby, opravy, bundy instruktorů aj.

Předpokládané výnosy

Výnosy jsou odvozeny z částky, která byla vybrána od návštěvníků lyžařské školy Šablatura-Špidlen v předešlém roce a ta je zvýšena o 30 %, protože se jedná o dětské lyžařské hřiště. Dle názorů pracovníků lyžařské školy bude v dětském lyžařském hřišti větší obrat než v nynější lyžařské škole, protože se bude jednat právě o dětské lyžařské hřiště a i díky reklamě se zde zvýší návštěvnost.

Vybraná částka za rok 2009 navýšena o 30 % činí 780 000 Kč/rok. Od této částky se odečtou výše vypočtené celkové náklady na údržbu a provoz, která je 362 000 Kč/rok.

$$780\,000\text{ Kč/rok} - 382\,000\text{ Kč/rok} = 398\,000\text{ Kč/rok}$$

Předpokládané výnosy dětského lyžařského hřiště tedy činí 398 000 Kč/rok.

Tabulka 8 – **Ceník lyžařské školy Šablatura-Špidlen**

Osoba/Hodina	1 osoba	2 osoby	3 osoby	4 a více
1 hodina	350,-	270,-	210,-	180,-
2 hodiny	620,-	500,-	400,-	340,-
3 hodiny	800,-	730,-	500,-	400,-
4 hodiny	1.000,-	800,-	600,-	450,-
2 dny	1.730,-	1.550,-	1.220,-	820,-
3 dny	2.500,-	2.250,-	1.740,-	1.200,-
4 dny	3.250,-	2.900,-	2.180,-	1.500,-
5 dny	3.930,-	3.500,-	2.500,-	1.700,-

Zdroj: vlastní

Návratnost

Základem úspěšnosti uvažovaného projektu je především nezbytná návratnost vložených finančních prostředků. Při výpočtu návratnosti je vždy potřeba uvažovat konkrétní případ a zahrnout všechny dostupné informace o nutných investičních a provozních nákladech. V tomto případě je nutná investice 2 006 950,- do výstavby a montáže lyžařského hřiště. Nyní je nutné určit, za jakou dobu se tato investice vrátí. Při výpočtech provozních nákladů dětského lyžařského hřiště byly náklady stanoveny ve výši 382 000,-.

Doba, za kterou se tato investice bez použití dotace či úvěru a při úvaze 90 učebních dnů vrátí zpět činí

$$2\,006\,950,-/382\,000,- = 5,25 \text{ roku.}$$

Při úvaze o získání dotace nebo využití úvěru, bude návratnost investice jiná.

Rentabilita

Výpočet rentability nákladů v podnikovém hospodaření udává, kolik procent zisku připadá na 1 Kč vynaložených nákladů.

Rentabilita aktiv se vypočítá dle vzorce:

$$\text{ROA} = \text{čistý zisk} / \text{celkové náklady}$$

$$\text{ROA} = 398\,000,- / 2\,388\,350,-$$

$$\text{ROA} = 0,16664224$$

Z výsledku vyplývá, že na 1 Kč vynaložených nákladů připadá 16,664224 % zisku. Celkové náklady jsou uvedeny bez případného použití úvěru a při úvaze 90 učebních dnů.

V tabulce 9 jsou shrnuty všechny výše uvedené výpočty:

Tabulka 9 – Shrnutí výpočtů

Celkové náklady na výstavbu	2.006.950,-
Celkové náklady na údržbu a provoz	382.000,-/rok
Předpokládané výnosy	398.000,-/rok
Návratnost	5,25 roku
Rentabilita (ROA)	16,664224 % zisku

Zdroj: vlastní

Návratnost 5,25 roku není příliš dlouhá. Pokud se bude uvažovat o vybavení dětského lyžařského hřiště více dodavateli, kteří se specializují například pouze na lanové vleky, mohou se celkové náklady na výstavbu změnit. Výhoda volby vybavení dětského lyžařského hřiště pouze od jedné firmy, je její specializovanost na tento druh hřišť pro děti, propracovanost nabízených výrobků a hojně zkušenosti s výstavbou těchto hřišť.

V úvahu se musí brát proměnlivost a nestálost počasí, což je největší riziko, které může všechny výpočty změnit. Pominutím tohoto rizika se zdá investice být vhodná pro její realizaci. V několika příštích obdobích bude dětské lyžařské hřiště určitou povinností pro lyžařská střediska, v případě že budou chtít rozšířit svoji nabídku a přivést k sobě více zákazníků, kteří se budou mít proč vracet.

Příloha D – Kategorizace informační turistických center

KATEGORIE D – sezonní informační centrum označeno jednou hvězdičkou

Takto označené centrum není otevřeno po celý rok, slouží k podávání informací v sezoně, otevírací doba činí minimálně pět dní v týdnu a poskytuje bezplatně verbální informace o místě min. v 1 světovém jazyku.

KATEGORIE C – místní celoroční označeno dvěma hvězdičkami

Takto označené centrum je otevřeno po celý rok a podává informace o místě své působnosti, otevírací doba činí 5 dnů v týdnu a poskytuje bezplatně verbální informace o místě min. v 1 světovém jazyku.

KATEGORIE B – oblastní informační centrum označeno třemi hvězdičkami

Centrum kategorie B je otevřeno po celý rok a podává informace o celém regionu (oblasti), otevírací doba je šest dní v týdnu, poskytuje bezplatně verbální informace o oblasti (regionu) ve 2 světových jazycích a zprostředkovává průvodcovskou a ubytovací činnost.

KATEGORIE A – republikové informační centrum označeno čtyřmi hvězdičkami

Centrum je otevřeno po celý rok, podává informace o celé České republice, otevírací doba je zajištěna 7 dní v týdnu. Do tohoto informačního centra je bezbariérový přístup. Dále poskytuje bezplatně verbální informace o České republice ve 3 světových jazycích, zajišťuje průvodcovskou činnost v místě působení, zprostředkovává ubytovací a průvodcovskou činnost v České republice. [1]

Příloha E – Vybavení cyklostezek a stezek pro pěší turistiku

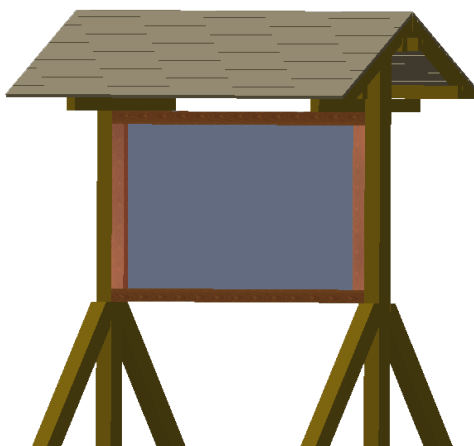
Obr. 10



Rozcestník

Rozcestník je jistě dobře známý jak turistům tak i cyklistům. Používá se pro orientaci přímo na trasách stezek a rozcestích. Svou velikostí střechy může posloužit všem turistům v případě náhlé změny počasí i jako úkryt.

Obr. 11



Orientační tabule

Orientační tabule se hodí zejména pro označování významných míst, pro umístění přehledných map, důležitých upozornění a jiné. Svou velikostí toto zařízení může posloužit všem turistům v případě náhlé změny počasí i jako úkryt.

Obr. 12



Odpočívadlo

Odpočívadlo je konstrukčně vyřešeno tak, aby vyhovovalo potřebám turistických i cyklistických stezek. Je určeno pro krátkodobé přerušení výletu při nepřízní počasí, nebo pro pohodlný odpočinek na posilněnou.

